

Theories of the Information Society

Second edition

Frank Webster

Ф. Уэбстер

**Теории
информационного
общества**



Теории информационного общества

*Памяти Фрэнка Невила Уэбстера
20 июня 1920 г. — 15 июля 1993 г.*



London and New York

INTERNATIONAL LIBRARY OF SOCIOLOGY
Founded by Karl Mannheim

Editor: John Urry
University of Lancaster

**Theories of the
Information Society**

Second edition

Frank Webster



London and New York

Фрэнк Уэбстер

Теории информационного общества

Перевод с английского

М. В. Арапова и Н. В. Малыхиной

под редакцией

доктора филологических наук, профессора

Е. Л. Вартановой



АСПЕКТ ПРЕСС

Москва

2004

УДК 316.324.8

ББК 60.521.2

У97

Данное издание выпущено в рамках проекта
Translation Project при поддержке
Института «Открытое общество» (Фонд Сороса) — Россия
и Института «Открытое общество» — Будапешт

Перевод 2-го издания с английского языка
Н. В. Малыхиной (гл. 1–5), М. В. Арапова (гл. 6–11) при участии
А. А. Полибиной

Уэбстер, Фрэнк

У 97 Теории информационного общества / Фрэнк Уэбстер;
Пер. с англ. М. В. Арапова, Н. В. Малыхиной; Под. ред. Е. Л. Вар-
тановой. — М.: Аспект Пресс, 2004.— 400 с.

ISBN 5–7567–0342–X

Книга представляет собой рассмотрение более или менее из-
вестных теорий второй, послевоенной, половины XX в., которые,
учитывая так называемый информационный взрыв, считали осно-
вой глобальной «информационной» экономики. В предлагаемой кни-
ге Фрэнк Уэбстер подвергает критическому анализу теории Д. Бел-
ла, М. Кастельса, Г. Шиллера, Ю. Хабермаса, Э. Гидденса, Ж. Бод-
рийера и З. Баумана и др.

Для изучающих социальные теории современного общества,
а также для всех, кто интересуется социальными и технологичес-
кими переменами в современном мире.

ISBN 0–415–28201–2 (англ.)

УДК 316.324.8

ISBN 5–7567–0342–X (рус.)

ББК 60.521.2

Copyright © 2002 Frank Webster

All rights reserved.

Authorised translation from English language edition published
by Routledge, a member of the Taylor & Frances Group

© Издание на русском языке ЗАО Издательство «Аспект
Пресс», 2004.

Все права охраняются.

Русский перевод осуществлен с разрешения издательства
Routledge, члена издательской группы Taylor & Frances Group.

Все учебники издательства «Аспект Пресс» на сайте

www.aspectpress.ru

Благодарности

Было очень приятно узнать, что первое издание не оставило издательство *Routledge* в накладе: компания предложила подготовить мне второе. Спасибо Мэри Шалло, которая передала мне это предложение, оказала необходимую поддержку и не отставала от меня до тех пор, пока я не закончил новое издание.

Мне хотелось бы поблагодарить мою жену, Лиз Чэпмен, наших детей Фрэнки и Изабел, а также моего давнего друга и сотрудника Кевина Робинса. То, что может нам дать информационное общество, никогда не сравнится с удовлетворением, которое мы получаем от семьи и друзей.

1

ВВЕДЕНИЕ

Большинство людей, по-моему, рано или поздно задаются вопросом: что представляет собой общество, в котором мы живем? Как осмыслить то, что происходит в окружающем нас мире? И куда мы идем? Искать ответы на эти вопросы — задача грандиозная и даже обескураживающая, так как она предполагает, что необходимо определить основные характеристики чрезвычайно сложных и постоянно изменяющихся условий. Есть люди, которым все это быстро надоедает, они сдаются и соглашаются жить в неразберихе взаимоисключающих представлений о мире. Другие же, столкнувшись с противоречиями, лениво отступают на весьма комфортную позицию. Они полагают, что мы видим только то, что хотим видеть. К счастью, большинство из нас все же упорствуют в стремлении осознать, что происходит в мире, и в этих попытках знакомятся с такими понятиями, как капитализм, индустриальное общество, тоталитаризм и либеральная демократия. Многие наверняка слышали эти и подобные слова и даже произносили их, когда пытались определить какие-либо события, сдвиги, исторические обстоятельства или же общее направление социальных, политических и экономических перемен.

Всем нам, вероятно, приходилось спорить, годятся ли эти ярлыки для обозначения тех или иных конкретных обстоятельств. Мы, наверное, обсуждали, что, собственно, могут означать эти термины. Например, признав тот факт, что Россия далеко ушла от коммунизма, уже труднее согласиться, что там произошел переход к

чистому капитализму. Мы постоянно ощущаем необходимость в уточнении обобщающих понятий, и потому возникают такие термины, как доиндустриальные, зарождающиеся демократии, продвинутый капитализм, авторитарный популизм.

И все же, несмотря на необходимые поправки, мало кто из нас согласится полностью отказаться от этих и подобных понятий. Причина очевидна: да, они слишком общи, нуждаются в уточнениях, ведут к заблуждениям, но при всем том они служат инструментом для определения и понимания основных элементов мира, в котором мы живем и формируемся как личности. Стремление осмыслить основные черты различных обществ и событий, видимо, неизбежно подталкивает нас к тому, чтобы принять эти обобщающие понятия.

Отправной точкой для этой книги стало возникновение явно нового подхода к пониманию современных обществ. Аналитики все больше и больше начинают говорить об информации как о главном отличительном признаке современного мира. Нам говорят, что мы входим в информационную эру, что новые «способы информации» превалируют, что мы живем в «электронном обществе» и подходим к «виртуальной экономике», движущей силой которой стала информация, что мы уже существуем в условиях «глобальной информационной экономики». Очень многие эксперты заходят еще дальше и называют Соединенные Штаты, Великобританию, Японию, Германию и другие страны со сходным уровнем жизни информационными обществами. Идея информационного общества пришлась по душе политикам и тем, кто политику определяет, а также ведущим бизнесменам, тем более что Европейский Союз спешит войти в «глобальное информационное общество» по примеру Японии, которая приняла эту концепцию в начале 1970-х годов (Duff, 2000).

Предметом спора стало лишь то, что несут с собой эти перемены. Для одних они означают становление общества действительно профессионального и заботливого по отношению к своим членам; для других — усиление контроля над гражданами; для третьих они знаменуют появление высокообразованного слоя, при том что прочим захлестнет волна пустячных сообщений, сенсаций и сбивающей с толку пропаганды. Политические экономисты ведут разговоры о том, что в новой «электронной экономике» преимущество получает предприниматель, обладающий знаниями, которые позволяют «быстро соображать»; для тех же, кого волнует культура, киберпространство и виртуальная реальность представляются неуютным местом для работы воображения и изобретательской деятельности.

Поразительно, что при всей противоречивости этих точек зрения все ученые соглашаются в одном: информация есть нечто особенное. В огромном потоке литературы, где рассматриваются проблемы информационной эры, авторы редко соглашаются друг с другом относительно ее основных характеристик и общего смысла, однако они сходятся в том, что информация играет особую роль в современном мире. Исследования ученых могут быть весьма спорными. Специалисты исходят из принципиально различных посылок и приходят к столь же принципиально разным выводам, однако разногласий по поводу особой роли информации между ними нет.

Мое любопытство по поводу воздействия информации на общество породило идею создания этой книги. Ее первое издание вышло в свет в начале 1990-х годов. Тогда казалось, что люди узнали еще одно важное понятие для определения основополагающих характеристик нашего времени. Но в то же время исследователи расходились в представлениях о том, какие формы может принять эта информация, почему она занимает центральное место в современных системах и как она воздействует на социальные, экономические и политические отношения.

Любопытства я не утратил и по сей день, потому что актуальность этой проблемы не только не исчезла, но даже возросла, как возросло и разнообразие позиций аналитиков относительно того, куда все это ведет. В 1991 г. дискуссия разгорелась с новой силой, в основном в связи с технологическими изменениями. «Микроэлектронная революция», провозглашенная в 1980-е годы, вызвала ряд соображений по поводу того, что означает информационная технология (ИТ) для всех нас: конец труда, наступление эры праздности, полностью автоматизированное производство. Восторги по поводу перемен, связанных с технологиями, не утихают. Ныне на повестке дня — Интернет, информационная «супермагистраль» и киберобщество, вопросы, порожденные информационными и коммуникационными технологиями (ИКТ); первостепенными темами обсуждения становятся электронная демократия, киборги и онлайн-сообщества. И тем не менее в некоторых областях произошел чрезвычайно любопытный поворот от технологий к другим, содержательным составляющим информации. В среде ведущих политиков и интеллектуалов растет интерес к информационному труду, символическим аналитикам, которые наиболее подготовлены к тому, чтобы вести за собой в то будущее, где адаптивность и постоянное переобучение являются нормой. Эти люди — ключевые игроки в информационном обществе, им выпало счастье получить первоклассное образование, обеспечившее их информационными возможностями, которые позволяют выжить в новой глобализо-

ванной экономике. Ныне посредники, менеджеры, программисты, креативные работники масс-медиа и все те, кто работают в креативных областях, рассматриваются как проводники в мир информационного общества. Эта перемена в направлении анализа от технологии к человеку, а также неослабевающий интерес к информации заставили меня подготовить второе издание «Теорий информационного общества».

В этом издании я сосредоточился на различных интерпретациях под тем углом зрения, который позволит определить область пересечения интересов, хотя, как мы увидим, интерпретации роли и особенностей распространения информации различаются между собой, и чем ближе мы будем подходить к этой области, где, казалось бы, существует единство мнений, тем меньше увидим согласия даже по этому якобы общему истолкованию предмета.

Ставя перед собой цель исследовать различные образы информационного общества, я построил эту книгу таким образом, чтобы представить теории, которые внесли наиболее весомый вклад в наше понимание информации в современном мире. По этой причине после анализа дефиниций в главе 2 (к чему мы не раз будем возвращаться) в каждой последующей главе рассматриваются отдельная теория и ее наиболее выдающиеся сторонники, а также делается попытка оценить ее сильные и слабые стороны в процессе альтернативного теоретического анализа и с использованием эмпирических сведений.

Постепенно продвигаясь вперед, читатель познакомится с концепцией постиндустриального общества Дэниела Белла (глава 3), с дискуссией о том, происходит ли переход от фордистского к постфордистскому обществу, основой успеха которого является управление информацией (глава 4), с влиятельной теорией Мануэля Кастельса об информационном капитализме в сетевом обществе (глава 5), со взглядами Герберта Шиллера о потребности развитого капитализма в информации и манипулировании ею (глава 6), с аргументами Юргена Хабермаса, который считает, что сфера публичного, а вместе с ней и истинность информации находятся в упадке (глава 7), с размышлениями Энтони Гидденса о «рефлексивной модернизации», особое внимание уделявшего роли информации, которая собирается с целью наблюдения и контроля (глава 8), и мыслями о постмодернизме и эпохе постмодернизма Жана Бодрийяра и Зигмунта Баумана, ученых, которые особое внимание уделяют взрыву знака в современном мире.

Нельзя не заметить, что эти ученые работают на стыке таких дисциплин, как социология, философия, экономика и география, и находятся в центре современных дискуссий в социальных науках. Разумеется, здесь нет ничего особенно удивительного, социальные

мыслители для того и существуют, чтобы пытаться понять и объяснить мир, в котором мы живем, а важной чертой этого мира стали изменения в сфере информации. Невозможно представить, чтобы кто-либо попытался описать картину мира, не обратив должного внимания на огромную область изменений, которая касается средств массовой информации, распространения информации, коммуникационных технологий, новых форм занятости и даже образовательных систем.

И все же — отчасти потому, что в книге описываются современные социальные науки — стоит предупредить читателей, что, по крайней мере иногда, они столкнутся с трудностями. Даже для тех, кто интересуется философией, Юрген Хабермас далеко не прост, а Дэниел Белл — если оставить в стороне его популяризаторские работы — изощренный и сложный автор, работы которого требуют значительных усилий для понимания, не говоря уж о постмодернистских мыслителях, известных сложностью изложения. И тот, кого это поставит в тупик, будет отнюдь не одинок. Многих интересующихся информационной эрой будет сбивать с толку то, что им покажется чуждым, туманным социологическим теоретизированием. Им известно, что произошел радикальный, даже революционный, прорыв в области информации, и они, естественно, хотят знать, к каким непосредственным экономическим и социальным последствиям приведет такое развитие. Эту их потребность удовлетворит множество книжек в бумажных обложках. Этим людям «теория», особенно «большая теория», которая претендует на определение самых ярких характеристик современной жизни и часто апеллирует к истории и трудам множества других «теоретиков», в том числе и давно умерших, не даст и не должна давать ответы на все вопросы, она лишь запутает и собьет их с толку.

Я сознательно веду читателя к пониманию информации через знакомство с крупнейшими социальными теоретиками, это мой ответный удар лавине провозглашений информационной эры. Слишком многие «практики», вдохновленные информационной технологической революцией, пришедшие в восторг от Интернета, не представляющие своей жизни без электронной почты, проживающие в виртуальной реальности, превосходящей реальность земную, решили, что могут быстренько осознать социальные и экономические последствия, которые, судя по всему, неизбежно наступят: труд будет трансформирован, в сфере образования произойдет переворот, корпоративные структуры переживут новое рождение, демократия подвергнется переоценке — и все благодаря информационной революции.

Подобные поверхностные подходы внесли и продолжают вносить свой негативный вклад в богатую палитру мнений по поводу информационного общества; это происходит и в дешевых книжках с названиями вроде «Микро, ну погоди», «Общество, опутанное проводами», «Оцифрованная жизнь» и «Что будет дальше?», и в университетских курсах на тему «Социальные эффекты компьютерной революции», и в бесконечных речах деятелей политических и деловых кругов, и в не поддающихся подсчету журналистских материалах, которые могут лишь возбудить в обществе тревожные настроения.

Цель изучения информации с точки зрения современной социальной теории (по крайней мере, такой, которая учитывает эмпирические данные) состоит в том, чтобы продемонстрировать, насколько *прямой* социальный подход оказывается упрощенческим и явно уводит в сторону тех, кто хочет понять, что же происходит сейчас и, скорее всего, будет происходить в будущем. Другая цель состоит в том, чтобы показать, что социальная теория в сочетании с эмпирическими данными намного богаче и соответственно может служить более удобным и полезным инструментом для понимания и объяснения последних тенденций в области информации.

Большинство мыслителей (но не все), чьи идеи я рассматриваю в книге, обращались к этим тенденциям. Если Дэниел Белл и Герберт Шиллер, совершенно по-разному и с удивительным предвидением в течение десятилетий говорили о том, что именно в области информации и коммуникации в послевоенный период будут происходить перемены, то Юрген Хабермас и Энтони Гидденс в меньшей степени обращались к информации как таковой. Поспешу заметить: это не означает, что их вклад в наше понимание информации незначителен или же они не считали эту область важной. Скорее это связано с тем, что круг их интересов был несколько иным. По этой причине я считаю себя вправе вывести за пределы дискуссии как концепцию публичной сферы Хабермаса, так и доводы относительно предполагаемого перехода от фордизма к постфордизму и сфокусироваться на вопросах информации. Поскольку я не стремлюсь к тому, чтобы полностью представить определенные социальные теории, а стараюсь прийти к пониманию информации с помощью лучших из имеющихся в нашем распоряжении инструментов, такой подход кажется мне вполне оправданным.

Следует также сказать, что скептически-вопрошающее отношение к самому понятию информационного общества проходит через всю книгу. Некоторые рецензенты — один или двое — первого издания «Теорий информационного общества» выразили недоумение: в книге отражено столь критическое отношение к поня-

тию информационного общества, что неясно, зачем было ее писать. К этому я еще вернусь в главе 10, а пока лишь скажу, что считаю разумным уделять пристальное внимание термину, который оказывает весьма сильное воздействие на обывательское мышление, даже если кто-то полагает, что он обладает существенными недостатками. Однако наибольшая проблема состоит в том, что понятие информационного общества обросло великим множеством предположений и гипотез на тему, *что* изменилось и продолжает меняться и *как* эти перемены осуществляются, и тем не менее оно уже стало расхожим словосочетанием в широких кругах. Именно это и побудило меня дать такое название своей книге, чтобы читатель сразу, пусть в самых общих чертах, понял, о чем идет речь. И все же я хочу подчеркнуть, что в дальнейшем я очень надеюсь по крайней мере поставить под сомнение уверенность тех, кто убежден в возникновении нового информационного общества.

Во второй главе, где я подвергаю тщательному анализу концепцию информационного общества, читатель столкнется с проблемой дефиниций, хотя в самом начале я постараюсь обозначить границу между мыслителями, чьи идеи рассматриваются в книге. По одну ее сторону находятся сторонники понятия информационного общества, по другую — те, кто считает, что происходящее можно описать как информатизацию уже установившихся отношений. А поскольку терминология отражает понимание того, что происходит в области информации, это, как станет ясно далее, отнюдь не академический спор.

Необходимо подчеркнуть, что при этом основном различии интерпретации по обеим сторонам разграничительной линии сильно разнятся между собой. С одной стороны находятся те, кто разделяет убеждение, что в последнее время мы были свидетелями возникновения информационных обществ с характерными признаками, которые отличают их от существовавших в прошлом. Не все полностью удовлетворены термином «информационное общество», но, поскольку они доказывают, что нынешняя эра — особая, отличная от предыдущих и знаменует собой поворотный пункт в социальном развитии, то, по-моему, я могу объединить их в одну группу. С другой стороны — ученые, которые, признавая, что информация в современном мире приобрела особое значение, настаивают на том, что основной чертой настоящего является его преемственность относительно прошлого.

Позиции теоретиков информационного общества и тех, кто рассматривает информатизацию как одну из неосновных характеристик устойчивых социальных систем, можно представить в виде различных точек зрения одного континуума, но при этом они бес-

спорно тяготеют к разным полюсам: сосредоточиваются или на переменах, или на социальной преемственности.

В этой книге я рассматриваю различные взгляды на информацию в современном мире, анализируя как постиндустриализм Дэниела Белла, так и постмодернизм Жан-Франсуа Лиотара и публичную сферу Юргена Хабермаса. В результате мы увидим, что каждый из них внес свой особый вклад в наше понимание информационного развития, используя при этом самые разные подходы: изучение возрастающей роли «белых воротничков», расшатывание установившихся интеллектуальных воззрений, расширение сферы наблюдения и контроля, возросшая степень регулирования повседневной жизни или ослабления гражданского общества. Главной моей целью является рассмотреть и подвергнуть критическому анализу эти различия в интерпретациях.

Однако кроме этих различий или параллельно с ними нельзя упускать из виду еще одну тему — раскол между адептами идеи информационного общества и сторонниками взгляда на информатизацию как на продолжение ранее установленных отношений. К первым, провозгласившим возникновение общества нового типа, мы причислим теоретиков:

- ♦ постиндустриализма (Дэниел Белл и legion его последователей);
- ♦ постмодернизма (Жан Бодрийяр, Марк Постер);
- ♦ гибкой специализации (Майкл Пайор и Чарльз Сейбл, Ларри Хиршхорн);
- ♦ информационного способа развития (Мануэль Кастельс).

К сторонникам идей социальной преемственности я причислил бы теоретиков:

- ♦ неомарксизма (Герберт Шиллер);
- ♦ регуляционной теории (Мишель Альетта, Ален Липиц);
- ♦ гибкой аккумуляции (Дэвид Харви);
- ♦ рефлексивной модернизации (Энтони Гидденс);
- ♦ публичной сферы (Юрген Хабермас, Николас Гарнэм).

Ни один теоретик из последнего перечня не отрицает, что в современном мире информация играет ключевую роль, но в отличие от ученых из первого списка они полагают, что ее формы и функции подчиняются давно установившимся принципам и практикам. По мере чтения книги читатель получит возможность решить, какой из подходов представляется ему наиболее перспективным.

2

ИДЕЯ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА

Прежде чем мы сумеем оценить различные подходы к обозначению информационных тенденций и основных проблем, необходимо уделить внимание определениям, которые вводят в оборот участники дискуссии. Чрезвычайно полезно вначале изучить, какое значение вкладывают те, кто говорит об информационном обществе, в этот термин. Упорство сторонников этой концепции, их уверенность в том, что наше время определяется именно этим новшеством, требует анализа, быть может, более настоятельно, нежели уверенность других, утверждающих неизменность *status quo*. И потому главная цель этой главы — задать вопрос: что люди имеют в виду, когда говорят об информационном обществе? Позже я рассмотрю различные значения, которые исследователи вкладывают в термин «информация». Как мы увидим, именно в самой концепции феномена, лежащего в основе дискуссии, и обнаруживаются различия, которые формируют позиции и теоретиков, отстаивающих новизну происходящего, и тех, кто, размышляя об информатизации, признает силу воздействия прошлого на современное развитие.

Определения общества

Читая литературу об информационном обществе, просто диву даешься, сколь велико число авторов, оперирующих неразработанными определениями предмета, о котором пишут. Они все пишут и пишут об особенностях информационного общества, но при этом их собственные операционные критерии остаются непроясненными. В стремлении осознать смысл перемен в информации они торопятся определить их в терминах различных форм экономического производства, новых форм социального взаимодействия, инновационных процессов производства и т.д. Однако в этой спешке им зачастую не удается установить, каким образом информация заняла сегодня центральное место в обществе, настолько важное,

что даже стала фактором создания общества нового типа. Что же есть такого в информации? Почему, по мнению многих ученых, она является главной проблемой нашего времени?

Мы можем выделить пять определений информационного общества, и все они связаны с параметрами идентификации новизны. Вот они:

- ♦ технологическое;
- ♦ экономическое;
- ♦ связанное со сферой занятости;
- ♦ пространственное;
- ♦ культурное.

При этом они не обязательно взаимоисключающие, хотя теоретики выводят на первый план то или иное определение в соответствии со своими представлениями. Однако основой всех этих дефиниций становится убеждение, что количественные изменения в сфере информации привели к возникновению качественно нового типа социального устройства — информационного общества. Во многом теоретики исходят из похожих рассуждений: в наше время стало больше информации, значит общество, в котором мы живем, информационное. Как мы увидим далее, такие рассуждения *ex post factum* порождают серьезные затруднения.

Существует и еще одно определение информационного общества, которое кардинально отличается от предыдущих; оно исходит не из того, что в наше время стало больше информации (это и так очевидно), а из того, что характер этой информации изменил образ нашей жизни. Эта дефиниция предполагает, что в основе нашего поведения сегодня лежит *теоретическое знание (информация)*. К этому определению, которое — единственное, по существу, — опирается на качественные, а не количественные критерии, не слишком благосклонны сторонники информационного общества, хотя это, быть может, единственный убедительный аргумент в пользу этого нового ярлыка. Давайте рассмотрим все эти определения по порядку.

Технологический критерий

В центре технологических концепций лежит множество технологических инноваций, появившихся в конце 1970-х годов. Новые технологии — один из самых заметных признаков наступления новых времен, и их зачастую принимают за признак рождения информационного общества. Имеются в виду кабельное и спутниковое телевидение, компьютерные сети, персональные компьютеры, новые офисные технологии, в особенности онлайнные ин-

формационные услуги и текстовые редакторы, а также CD-ROM. Идея состоит в том, что такой объем технологических новаций должен привести к социальному переустройству, ибо его воздействие на общество очень значительно.

В конце 1970-х — начале 1980-х годов многие исследователи проявляли большой энтузиазм в отношении «могущественного микро», который был в состоянии революционизировать наш образ жизни (Evans, 1979, Martin, 1978), а самый большой восторг испытывал ведущий футуролог Элвин Тоффлер (Toffler, 1980). Свою мысль он выразил в запоминающейся метафоре: мир постепенно формируется тремя волнами технологических инноваций, которые, как высокий прилив, нельзя остановить. Первой была сельскохозяйственная революция, второй — промышленная. Теперь на нас надвигается третья волна — информационная революция, которая предвещает новый образ жизни (что, утверждает Тоффлер, будет просто замечательно, правда, в том случае, если мы удержимся на гребне этой волны).

Позднее футуристический энтузиазм был подкреплен возможностью компьютерных технологий трансформировать телекоммуникации, действительно объединить две технологии (Toffler, 1990). В данный момент распространение цифровых коммуникационных технологий (электронная почта, передача данных и текстов, информационный обмен в режиме он-лайн и т.д.) порождает рассуждения о становлении нового общества (Negroponte, 1995; Gates, 1995; Dertouzos, 1997). Интернет, который дает возможность в реальном времени использовать экономический успех, способствовать обучению и демократическим процессам, вызвал особенно много комментариев. Постоянные рубрики в средствах массовой информации сообщают об «информационных супермагистралях», в потоке движения по которым населению еще предстоит научиться удерживаться. Появились непререкаемые авторитеты, которые объявили, что «прогресс в телекоммуникациях... навязывает ничего не подозревающему миру новый порядок... и тот, кого эти магистрали обойдут стороной, потерпит полный крах» (Angell, 1995, с. 10).

Если рассуждать более трезво, распространение внутригосударственного, международного и действительно глобального обмена информацией внутри банков, корпораций, правительств и общественных организаций, а также между ними указывает на сходную тенденцию, ведущую к становлению технологической инфраструктуры, которая обеспечивает мгновенную компьютерную коммуникацию в любое время и в любом месте, где имеется соответствующее оборудование (Connors, 1993).

Большинство ученых-аналитиков, не прибегая к пафосному стилю футурологов и политических деятелей, все же сходятся в определении основы такого подхода (Feather, 1998; Hill, 1999). Например, в Японии уже с 1960-х годов предпринимались попытки измерить рост информационного общества. Министерство связи и телекоммуникаций Японии, используя сложную технику учета, с 1975 г. начало вести исследования, чтобы проследить изменения объемов (т.е. числа) телефонных разговоров и средств доставки (т.е. распространения телекоммуникационного оборудования) информации (Ito, 1991, 1994). В Великобритании весьма уважаемая научная школа избрала неошумпетерианский подход. Сочетая мысль Шумпетера о том, что крупные технологические инновации порождают «творческое разрушение», с кондратьевским определением «длинных волн» экономического развития, эти исследователи полагают, что информация и коммуникационные технологии означают становление новой эпохи (Freeman, 1987), которая на ранних фазах создаст некоторый дискомфорт, но затем окажется экономически очень выгодной. Эта новая «техноэкономическая парадигма» и представляет собой «информационный век», зрелость которого совпадет с началом XXI в. (Hall and Preston, 1988).

Надо признать, что с точки зрения здравого смысла эти определения информационного общества действительно кажутся верными. В конце концов если можно рассматривать «серии изобретений» (Landes, 1969) — паровой котел, двигатель внутреннего сгорания, электричество, роликовый челнок — как ключевую характеристику индустриального общества, то почему нельзя согласиться с тем, что блистательное развитие ИКТ* является свидетельством возникновения нового общества? Джон Нэсбит (1984) так и писал: «Компьютерные технологии стали для информационного века тем же, чем была механизация для промышленной революции» (Naisbitt, с. 28). А почему бы и нет?

Может показаться, что эти технологии на самом деле служат определяющими чертами нового общества, но читая дальше, мы поражаемся, насколько туманным в этих рассуждениях предстает все, что касается технологий. Мы не видим эмпирических замеров — сколько ИКТ в *этом* обществе *на данный момент* и насколько это позволит нам продвинуться в определении того, что же необходимо, чтобы квалифицировать общество как информационное? Сколько нужно ИКТ, чтобы иметь право назвать общество информационным? Стремясь обнаружить разумную единицу из-

* ИКТ — информационно-коммуникационные технологии. — Прим. ред.

мерения, сразу же понимаешь, что большинство авторов, делающих упор на технологии, не могут предоставить нам реальных, простых, поддающихся проверке данных. И, как выясняется, ИКТ вроде бы всюду и в то же время нигде.

Измерение и связанная с ним сложность определения той точки на технологической шкале, достигнув которой общество может считаться информационным, являются центральными проблемами формулирования любого приемлемого определения информационного общества. Однако футурологи-популяризаторы это не принимают во внимание: сказано, что появились новые технологии, и без всяких сомнений делается предположение, что сам этот факт означает появление информационного общества. Как ни странно, этот вопрос обходят и те ученые, которые считают ИКТ главным признаком информационного общества. Они довольствуются тем, что в самых общих словах описывают технологические новации, почему-то полагая, что этого достаточно для описания общества нового типа.

Очень часто выдвигается и другое возражение против технологических критериев определения. Критики не соглашаются с теми, кто утверждает, будто бы в каждую историческую эпоху сначала изобретаются технологии и только потом они оказывают *влияние* на общество, вынуждая людей приспосабливаться к новым условиям. В подобного рода утверждениях технологии отводится самое привилегированное место, она определяет весь мир социального: век пара, век автомобиля, атомный век (Dickson, 1974).

Главное возражение заключается не в неизбежности технологического детерминизма при таком подходе, т.е. не в том, что технология здесь рассматривается как главный двигатель социальной динамики, а это соответственно приводит к чрезмерному упрощению процессов социальных перемен. Так и есть, разумеется, но гораздо важнее, что это ведет к полному отделению социальных, экономических и политических измерений от технологических инноваций. Отсюда с неизбежностью следует тезис о первостепенном положении технологий, которые представляются чем-то самодостаточным, хотя и оказывают влияние на все аспекты социальной жизни.

Но ведь очевидно, что технологии не отделены от области социального. Напротив, они являются составной частью социального. К примеру, решения, принимаемые по поводу тех или иных исследований и научных разработок, выражают социальные приоритеты, и на основе этих оценочных суждений развиваются те или иные виды технологий (так, в течение практически всего XX в. военные проекты получали существенно большее финанси-

ние, нежели медицинские, и нет ничего удивительного, что успехи в области вооружений затмевают, мягко говоря, прогресс в лечении обыкновенной простуды). Многие исследователи показали, насколько технологии отражают ценности социума: тут и конструктивное решение возведенных в Нью-Йорке мостов, пролеты которых устроены таким образом, что делают некоторые участки недоступными для общественного транспорта; и производство автомобилей, которые отражают ценности частной собственности, предполагаемый размер семьи (как правило, двое взрослых и двое детей), отношение к экологии (расточительство в использовании невозобновляемого топлива и загрязнение окружающей среды), статусные символы («порше», «жук», «школа») и предпочтение индивидуального транспорта общественному; то же можно сказать и о строительной индустрии: дом является не просто местом, где живут, — он отражает образ жизни и предпочтения его владельца, престижные и властные соображения. Если все это принимать во внимание, то как можно внесоциальный феномен (технология) считать определяющим фактором общества? Это слишком просто (можно выбрать любой фактор и описывать с его помощью общество: кислородное общество, водяное, общество картофеля) и неверно (на самом деле технология является одной из составляющих общества), и потому отдельная, главенствующая роль ИКТ в социальных переменах представляется весьма сомнительной.

Экономический критерий

Этот подход предполагает учет роста экономической ценности информационной деятельности. Если человек может предположить увеличение доли информационного бизнеса в валовом национальном продукте (ВНП), то вполне логично он может прийти к выводу, что экономика стала информационной. Если в экономической сфере информационная активность превалирует над деятельностью в области сельского хозяйства и промышленности, то, следовательно, мы можем говорить об информационном обществе (Jonscher, 1999).

На первый взгляд простая, но на самом деле чрезвычайно сложная первопроходческая работа была проведена Фрицем Махлупом (1902—1983) из Принстонского университета (Machlup, 1962). К информационным он отнес такие отрасли, как образование, право, издательское дело, средства массовой информации и производство компьютеров; он также постарался установить их меняющуюся экономическую ценность. Позднее в решение этой проблемы большой вклад внес Марк Порат (Porat, 1977b).

Он ввел различие между первичным и вторичным информационным сектором экономики. Первичный сектор поддается точной экономической оценке, поскольку имеет определенную рыночную стоимость, со вторичным это сделать труднее, хотя он является более чем существенным для всей современной экономики, так как включает в себя информационную деятельность внутри компаний и государственных учреждений (например, отделы персонала в компаниях или исследовательские отделы по развитию бизнеса — ИР). Таким образом, выделив два информационных сектора, Порат затем объединяет их и вычленяет неинформационные элементы экономики, после чего анализирует национальную экономическую статистику и приходит к выводу, что почти половина ВВП США связана с этими двумя объединенными секторами, т.е. «экономика Соединенных Штатов ныне основывается на информации». И соответственно США являются «информационным обществом, в котором главное место занимает деятельность по производству информационного продукта и информационных услуг, а также общественное и частное (вторичный информационный сектор) делопроизводство» (Porat, 1978, с. 32).

Количественный анализ экономической значимости информации — веский аргумент. И поэтому неудивительно, что те, кто убежден в существовании информационного общества, постоянно обращаются к Махлупу, и особенно к Порату, как к авторитетам, доказавшим возрастание информационной деятельности общества, которая неминуемо приведет к возникновению новой эры. Однако и такой подход не бесспорен (Monk, 1989, с. 39–63). Главная проблема состоит в том, что за объемными статистическими таблицами, которые должны свидетельствовать об объективности доказательств, просматриваются скрытые субъективные интерпретации и оценочные суждения, как следует выстраивать категории и что именно включать в информационный сектор и что из него исключать.

В этом смысле особенно поражает, что и Махлуп, и Порат, несмотря на различия между ними, создают категории информационного сектора, которые преувеличивают его экономическую ценность. Поэтому есть причины изучить достоверность их оценок. Например, Махлуп включает в свою «отрасль знания» строительство «информационных зданий», а это предполагает, что возведение подобных зданий, к примеру университетов и библиотек, принципиально отличается от строительства складских помещений для хранения чая или кофе. А как быть в том случае, когда строение, возведенное для одной цели, потом используется для другой? (Мно-

гие университеты расположены в бывших частных особняках и даже складских помещениях.)

Кроме того, Порат испытывает затруднения, когда пытается определить «квазифирму», встроенную в неинформационное предприятие. Например, ИР в нефтехимической компании, разумеется, занимается информационной деятельностью, но как вычлени для статистических целей его долю в производстве всей компании? Можно ли считать это допустимым? Поскольку деятельность ИР тесно связана с производством как таковым, ясно, что его вклад размыт, и его вычленение по чисто математическим признакам некорректно. Иначе говоря, когда Порат исследует свой «вторичный информационный сектор», он раскалывает любую отрасль на информационную и неинформационную части. Но с таким разделением на «думание» и «делание» очень трудно понять, куда, например, следует отнести работу оператора контрольных компьютерных систем или исполнение управленческих функций, которые являются неотъемлемым элементом производства? Возражение вызывает и то, что внутри различных отраслей Порат произвольно выделяет «вторичный информационный сектор» и противопоставляет его остальной неинформационной сфере. Подобные возражения не могут опровергнуть открытия Махлупа и Пората, но они все же служат напоминанием о неизбежном вторжении оценочных суждений в составленные ими статистические таблицы. А раз так, то эти возражения не развеивают скептицизма относительно самой идеи возникновения информационной экономики.

Другая проблема состоит в том, что подобные сводные данные неизбежно уравнивают различные виды экономической деятельности. В целом можно, конечно, сказать, что рост удельного веса рекламы и телевидения в экономике служит показателем информационного общества, но тогда становится невозможным установить качественные различия в информационной деятельности. Восторг экономистов-«информационщиков», с которым они нацепляют ценники на все, неизбежно приводит к тому, что мы лишаемся возможности узнать размеры информационного сектора, действительно поддающиеся оценке. Махлуп и Порат не ставили перед собой цели дифференцировать качественные и количественные признаки информационного общества, хотя очевидно, что многомиллионные тиражи «Сан» нельзя приравнять — хотя они должны считаться более информационными, их бо́льшая экономическая ценность весьма сомнительна — к 400-тысячному тиражу «Файнэншл таймс». К этому различию я еще вернусь, но отсюда вытекает, что мы можем оказаться в обществе,

где информационная деятельность имеет большой удельный вес в ВВП, однако с точки зрения развития экономической, общественной и политической жизни серьезной роли не играет. Нация пассивных потребителей зрелищ, только и мечтающих о картинках в стиле Диснея?

Критерий, связанный со сферой занятости

Этот подход больше прочих нравится социологам. Он тесно связывается с работой Д. Белла (Bell, 1973), являющегося крупнейшим теоретиком «постиндустриального общества» (этот термин практически синонимичен термину «информационное общество» и именно в этом смысле используется в работах Белла). Здесь рассматривается структура занятости населения и модели наблюдаемых изменений. Предполагается, что мы вступаем в информационное общество, когда большинство занятых работает в информационной сфере. Снижение занятости в сфере производства и увеличение в сфере услуг рассматривается как замещение физического труда трудом «беловоротничковым». Поскольку «сырьем» для нефизического труда является информация (она противопоставляется физической силе, навыкам ручного труда и его «машинным» характеристикам), существенное увеличение доли труда в информационной сфере может рассматриваться как возникновение информационного общества.

*Prima facie** тому есть доказательства: в Западной Европе, Японии и Северной Америке более 70% рабочей силы заняты в сфере услуг, «беловоротничковая» работа сейчас превалирует. И только поэтому представляется вполне естественным доказывать, что мы живем в информационном обществе, если уж «в сфере труда доминирующей является группа работающих в сфере информации» (Bell, 1979, с. 183).

Акцент на изменениях в сфере занятости информационного общества за последние годы сместился — раньше во главу угла ставилась технология. Следует отметить и оценить, что эта концепция информационного общества принципиально отличается от той, которая предлагала отличительной чертой нового общества считать информационные и коммуникативные *технологии*. Акцент на изменениях в сфере занятости подчеркивает скорее трансформационные возможности информации как таковой, чем воздействие информационных технологий, здесь информация продвигается и производится в сфере занятости и реализуется в людях через обу-

* На первый взгляд (лат.) — Прим. ред.

чение и опыт. Чарльз Лидбитер, подчеркивая, что информация стала основным фактором развития общества, назвал свою книгу *Living on Thin Air* (Leadbeater, 1999). В прежние времена этим выражением умудренные опытом люди предостерегали тех, кто не хотел зарабатывать себе на жизнь в поте лица. Но сейчас подобные советы устарели, и Лидбитер в своей книге доказывает, что так и следует жить в информационный век. Книга провозглашает, что «смышленость, изобретательность, способность налаживать и использовать “сети” и есть ключ к успеху в новой “легковесной” экономике» (Coyne, 1997; Dertouzos, 1997), поскольку благосостояние достигается не физическими усилиями, а «идеями, знаниями, навыками, талантом и креативностью» (Leadbeater, 1999, с. 18). Его книга изобилует примерами подобного успеха: дизайнеры, дилеры, имиджмейкеры, музыканты, биотехнологи, генные инженеры, ниш-файндеры*.

Лидбитер ввел в обиходную речь то, что стало уже привычным для ученых. Целый ряд авторитетных авторов, от Роберта Райха (Reich, 1991) и Питера Дракера (Drucker, 1993) до Мануэля Кастельса (Castells, 1996–1998), полагают, что движущей силой современной экономики являются люди, чья главная способность состоит в использовании информации. Какие бы термины они ни употребляли — «символические аналитики», «эксперты», «информационный труд», — общий смысл остается постоянным: сегодня главными двигателями экономики стали те, чей труд требует создания и использования информации.

На первый взгляд кажется логичным, что шахтер в угольной шахте принадлежит индустриальному обществу, а экскурсовод — информационному, однако распределение занятий по категориям может породить оценочные суждения и требует большой щепетильности. За конечным продуктом — простой статистической цифрой, обозначающей процент занятых в информационной сфере, — скрывается сложный процесс создания исследователями собственных категорий и распределения людей в соответствии с ними. Как пишет Порат, когда «мы считаем, что определенное занятие в первую очередь связано с манипулированием символами... [то] это различие лишь по степени, а не по роду» (Porat, 1977a, с. 3). Например, стрелочники на железной дороге должны обладать большим запасом сведений о путях, расписании движения поездов, о маршрутах. Они должны иметь связь с остальными

* Специалисты, которые ищут новые ниши и идеи для конкретного бизнеса. — Прим. перев.

стрелочниками по линии, со станционным персоналом и машинистами, от них требуется знание собственного участка и соседних, они должны вести точный график движения на своем участке, и с тех пор как введено современное оборудование, им не нужна особая физическая сила, чтобы передвигать стрелки. И все же, несомненно, железнодорожные стрелочники остаются рабочими «индустриального века». Человеку же, который приходит ремонтировать ваш «ксерокс», вероятно, мало что известно об аппаратах такого типа, ремонту которого его обучали, кроме того ему, возможно, придется работать в грязи, на жаре, в некомфортных условиях и применять значительные физические усилия, чтобы менять пришедшие в негодность части. И при этом он, несомненно, будет отнесен к информационным работникам, поскольку его работа с новым оборудованием подходит под интерпретации Пората. Все просто: следует поставить под сомнение конечные цифры, на которые оказывает влияние личное восприятие исследователей, распределяющих занятия по категориям.

Следствием такой категоризации часто становится невозможность выделить ту занятость в информационной области, которая занимает стратегически центральное место в сфере занятости. Такая методология представляет нам огромные объемы информационной занятости, но не дает инструмента для дифференциации наиболее существенных объемов информационной работы. При количественном измерении информационной работы скрыт факт, что определенные типы информационной деятельности могут иметь немаловажные последствия для общества. Это различие особенно важно в отношении статистики в сфере занятости, поскольку некоторые исследователи стремятся характеризовать информационное общество в таких терминах, как «главенство профессий» (Bell, 1973) или как продвижение к главенству элитных «техноструктур», которые имеют дело с «организованным знанием» (Galbraith, 1972), другие же фокусируют свое внимание на альтернативных источниках информационной занятости, занимающих стратегически центральное место.

Следует отметить, что подсчет «информационных работников» ничего не дает для понимания иерархий в обществе и связанных с ними власти и статуса этих людей. Например, можно сказать, что основным для информационного общества стал быстрый рост числа специалистов по компьютерам и ИКТ, поскольку именно они могут оказать решающее влияние на ход технологических инноваций. В то же время столь же быстрый, если не более быстрый рост числа социальных работников, занимающихся проблемами пожилых

людей, семейных конфликтов и трудных подростков, может иметь очень слабую связь или вообще не иметь связи с информационным обществом, однако социальные работники вместе со специалистами по ИКТ, несомненно, попадут в одну категорию — информационных работников.

Возможно, мы лучше поймем необходимость качественно различать разные группы информационных работников, если прибегнем к исследованиям социального историка Хэрольда Перкина. В книге *The Rise of Professional Society* (Perkin, 1989) Перкин доказывает, что история Великобритании с 1880 г. может быть описана в основном как история продвижения к главенству в обществе профессионалов, которые правят страной благодаря «человеческому капиталу, созданному образованием и подкрепленному... исключением неквалифицированных работников» (с. 2). Перкин полагает, что сертифицированная экспертиза стала «организационным принципом послевоенного общества» (с. 406); эксперты заменили прежде доминировавшие группы (организации рабочего класса, капиталистов-предпринимателей и земельную аристократию) и их устаревшие идеалы (сотрудничества и солидарности, собственности и рынка, благородного джентльмена) собственной профессиональной этикой — сервис, сертификация и эффективность. Разумеется, профессионалы, занятые в частном секторе, горячо спорят с профессионалами, работающими в общественной сфере. Однако Перкин настаивает, что это борьба внутренняя, борьба внутри «профессионального общества», когда бесповоротно исключается серьезное участие в ней неэкспертов и разделяются общие базовые ценности (в особенности приоритет профессиональной экспертизы и вознаграждение по заслугам).

Интересным дополнением к размышлениям Перкина служат соображения Олвина Гоулднера по поводу «нового класса». Гоулднер определяет новый тип наемного работника, широко распространившийся в XX в., как «новый класс, состоящий из интеллектуалов и технической интеллигенции» (Gouldner, 1978, с. 153), который, будучи отчасти своекорыстным и зачастую зависящим от властных структур, может все-таки противостоять контролю бизнеса и партийных лидеров. Невзирая на эти потенциальные возможности, «новый класс» расколот внутри самого себя по разным признакам. Ключевой раскол проходит между технократами и конформистами, с одной стороны, и интеллектуалами-гуманитариями, настроенными независимо и критически — с другой. Это различие ярко отражается в том, что Перкин определяет как конфликты между профессионалами, занятыми в частной сфере, и профессионалами, работающими в общественном секторе. К при-

меру, мы можем предположить, что бухгалтеры в частном секторе консервативны, а гуманитарии склонны к большему радикализму.

Я же полагаю, что оба, и Гоулднер, и Перкин, установили специфические изменения, происшедшие в сфере информационной работы, которые имеют чрезвычайно важные последствия для жизни общества в целом. По Гоулднеру, «новый класс» дает нам язык, на котором мы можем вести обсуждения и споры относительно направления дальнейших социальных перемен, по Перкину, профессионалы создают новые этические принципы для организации жизни общества. Человека, который стремится найти в работах этих исследователей основной признак информационного общества, они заставляют думать о качестве вклада определенных групп в общество. Можно соглашаться или не соглашаться с их интерпретациями, но одно совершенно ясно: определениям информационного общества на основе грубых статистических цифр брошен серьезный вызов. Для таких исследователей, как Перкин и Гоулднер, количественный фактор — не главное. И действительно, как бы ни увеличились группы, о которых идет речь, в пропорции ко всему населению они остаются в явном меньшинстве.

Пространственный критерий

Некоторые концепции информационного общества, хотя и опираются на экономику и социологию, основываются на географическом принципе. Главный акцент делается на информационные сети, которые связывают различные места, а потому могут оказать глубокое воздействие на организацию времени и пространства. В последние годы эта концепция приобрела особую популярность, так как информационные сети стали играть значительную роль в социальной организации.

Стало привычным выделять центральное место информационных сетей, которые могут связать между собой разные точки внутри и вне офиса, города, региона, континента и даже всего мира. Так как электричество есть по всей стране и доступно всем, кто имеет соответствующее оборудование, мы вполне можем вообразить «проводниковое общество», функционирующее на национальном, международном и глобальном уровнях, обеспечивая «информационную кольцевую магистраль» (Barron and Curnow, 1975) в каждом доме, магазине, университете, офисе и даже для тех, кто находится в дороге, если у них есть ноутбук с модемом.

Тем или иным способом мы все больше и больше вовлекаемся в работу сетей, и сами они развивают свои возможности по экспоненте (Urry, 2000). Мы сталкиваемся с ними на разных уровнях:

у электронных кассовых аппаратов в магазинах и ресторанах, получая нужную информацию через континенты, обмениваясь письмами с коллегами по электронной почте, получая сведения из Интернета. Мы сами можем и не иметь опыта общения с киберпространством, но информационная кольцевая магистраль действует еще более напряженно на уровне международных банков, межправительственных организаций и корпоративных отношений.

Широко распространена мысль, что появление электронных «супермагистралей» снова привлекло внимание к потоку информации (Castells, 1966), чреватому, возможно, пересмотром отношений время—пространство. В сетевом обществе затруднения, связанные с временем и пространством, были во многом преодолены, корпорации и даже отдельные люди могут теперь эффективно вести свои дела в глобальном масштабе. Ученым уже нет необходимости предпринимать поездки, чтобы поработать в библиотеке конгресса, все необходимое они получают через Интернет; менеджерам корпораций не надо перелетать через континенты, чтобы выяснить, как работают филиалы на Дальнем Востоке, поскольку компьютерная связь делает возможным постоянное и систематическое наблюдение за ходом работы издалека. И потому многие предполагают, что все это знаменует серьезную трансформацию социального устройства (Mulgan, 1991), которая может служить даже признаком революционных перемен.

Никто не будет отрицать, что информационные сети — важная отличительная черта современных обществ: спутники дают возможность мгновенной связи со всем миром, базы данных одинаково доступны из Оксфорда, Лос-Анджелеса, Токио и Парижа, факсовые аппараты и локальные компьютерные сети стали обыденностью в современном бизнесе. И все же мы имеем право задать вопрос: почему из-за наличия сетей аналитики относят общество к информационной категории? А как только мы зададим такой вопрос, мы опять столкнемся с неточностью дефиниций. Например, когда сеть становится сетью? Когда двое разговаривают по телефону или когда обмениваются большими по объему сведениями через коммутаторы переключения пакетов (PSE)? Когда офисное здание опутано проводами или когда с домашнего терминала можно связаться с местным банком и магазинами? Вопрос, что действительно является сетью, очень серьезен и касается не только того, каким образом проводить различия между разными уровнями сетей, но и как найти ту стартовую точку, после обнаружения которой можно сказать, что мы живем в сетевом (информационном) обществе.

Возникает и другая проблема: используем ли мы технологическое определение информационного общества (иначе говоря, должны ли сети считаться технологическими системами) или же стоит сосредоточиться на потоках информации, которые для многих авторов служат отличительной чертой нашего времени. Если мы принимаем первое определение, то тогда показателем информационного общества должно быть распространение цифровых сетей с интегрированными услугами (ISDN), но мало кто из ученых предлагает метод, которым мы могли бы руководствоваться при этом. Если же взять второе определение, то возникает вопрос: какие объемы информации и скорости ее передачи определяют наступление информационного общества и почему?

В конце концов можно возразить и так: информационные сети существуют уже очень давно. По крайней мере с возникновения почтовой связи, потом телеграфа и телефона. Значительная часть экономической, общественной и политической деятельности просто непредставима без этих информационных сетей. Если принять во внимание столь долгую историю и сначала постепенное, а потом и ускоренное развитие, то почему только теперь исследователи заговорили об информационном обществе?

Критерий культуры

Концепцию информационного общества, использующую этот критерий, признать, пожалуй, легче всего, но зато она еще хуже прочих поддается измерениям. Каждый из нас знает — поскольку так устроена наша повседневная жизнь, — что обращение информации в социальной жизни чрезвычайно возросло. Ее стало намного больше, чем было когда-либо раньше. В Великобритании телевидение начало активно использоваться с середины 1950-х годов, теперь же оно вещает круглосуточно. Был один канал, теперь стало пять, а в связи с компьютеризацией их число намного возрастет. Телевидение развивается: использует видеотехнологии, кабельные и спутниковые каналы и прибегает к цифровым информационным услугам. Персональные компьютеры, доступ в Интернет и карманные компьютеры свидетельствуют о неуклонной экспансии в этой области. Радиостанций — местных, национальных и международных — стало намного больше, чем было еще десять лет назад. Причем приемники теперь не стоят только в гостиной, они повсюду — в доме, в машине, в офисе, а с учетом портативных — везде. Кино уже давно стало важным элементом информационной окружающей среды, но и кино теперь смотрят намного больше: как и раньше, в кинотеатрах, по телевидению, а также берут кассеты в видеопрокате, покупают по

более чем доступным ценам в магазинах. Практически нет улиц, гуляя по которым, не увидишь афиш, рекламных щитов, вывесок в витринах. На любой железнодорожной или автобусной станции все еще поражает изобилие книг в бумажных обложках и дешевых журналов. И плюс к тому — радио, аудиокассеты, компакт-диски по все более низким ценам предоставляют музыку, поэзию, драматургию, юмор и образовательные программы. Газеты тоже дешевеют, все время появляются новые, бесплатные экземпляры которых вы обнаруживаете у себя на крыльце.

Все это свидетельствует о том, что мы живем в медианазгруженном обществе, но перечисленное не показывает, что информационное влияние на нас гораздо тоньше и проникает гораздо глубже, чем кажется поначалу. Я имею в виду, что новые средства информации окружают нас, представляют нам свои «сообщения», на которые мы вольны отвечать или не реагировать. На самом деле мы гораздо теснее связаны с информационной средой, она проникает в нас как составляющая нас самих. Подумайте, например, об информационном значении одежды, которую мы носим, о наших прическах и лицах, обо всех тех средствах, с помощью которых мы создаем свой имидж. Размышления о проблемах моды, о сложности способов, к которым мы прибегаем, ежедневно формируя свой образ, заставляют понять, что информационное содержание социальных отношений стало гораздо более значимым, чем когда-либо прежде. Украшение тела, одежда, грим всегда были знаками статуса, власти, принадлежности, но в наше время, очевидно, символическое значение тела и одежды резко возросло. Когда подумаешь, как мало значений передавала крестьянская рубашка, которая была одеждой большинства на протяжении столетий, как однообразна была одежда рабочего класса, которую его представители носили и на работе, и вне ее до 1950-х годов, тогда начинаешь понимать, что в области одежды произошел просто взрывной рост значений. Доступность дешевой и модной одежды, возможность присоединиться к любому числу групп, ведущих похожий (или совсем иной) образ жизни, принадлежащих к похожей (или иной) культуре, — все это позволяет оценить информационное содержание даже нашего тела.

Современная культура явно более информативна, чем любая предшествующая. Мы существуем в медианасыщенной среде, что означает: жизнь существенно символизируется, она проходит в процессах обмена и получения — или попытках обмена и отказа от получения — сообщений о нас самих и о других. Признание взрывного роста смыслов заставляет многих авторов говорить о том, что мы вошли в информационное общество. Они редко предпринима-

ют попытки оценить это развитие в количественных характеристиках, а просто начинают с того, насколько «очевидно», что мы живем в океане знаков, которых гораздо больше, чем в предыдущие эпохи.

Парадоксально, но этот информационный взрыв, по всей вероятности, и заставил многих авторов объявить о смерти знака. Мы атакованы знаками со всех сторон, мы сами себя создаем из знаков, мы не имеем возможности скрыться от них — и все это в результате приводит к коллапсу смысла. Жан Бодрийяр пишет: «Информации становится все больше, а смысла все меньше» (Baudrillard, 1983a, с. 95). С этой точки зрения знаки прежде что-то обозначали (одежда, к примеру, обозначала статус, политическое заявление — определенную философию). Однако в эру постмодернизма мы оказались в такой ошеломляющей паутине знаков, что они утратили свою знаковость. Эти знаки поступают с разных сторон, они различны, они быстро меняются, противоречат друг другу, и в результате их способность означать потускнела. Кроме того, аудитория теперь креативна, обладает самосознанием и рефлексией и все новые знаки встречает скептически и насмешливо, а потому легко извращает, переинтерпретирует и преломляет их первоначальный смысл. Поскольку знание, полученное через непосредственный опыт, утрачивает свои позиции, становится очевидным, что знаки больше не представляют прямо что-либо или кого-либо. Понятие о том, что знак представляет какую-либо «реальность», помимо собственной, теряет достоверность. Скорее знаки означают самих себя: они, симуляции — и есть все, что есть. Снова по Бодрийяру, знаки это — «гиперреальность».

Люди с готовностью соглашаются с таким положением вещей: они издеваются над позером, который рассчитывает на эффект, но признают, что все в конце концов искусственно; они скептически относятся к политикам, которые «управляют СМИ и выстраивают свой имидж через пиар, но признают, что все это вопрос информационного менеджмента и манипуляций. Таким образом, считается, что человек не испытывает реальной потребности в правдивых знаках, поскольку он соглашается с тем, что никаких правд больше не существует. С этой точки зрения мы вошли в век «зрелищ», когда человек отдает себе отчет в искусственности всех знаков, которые он может получить (это — всего лишь последняя удачная фотография премьера, это — сфабрикованная новость, это — Джек, играющий грубого парня), и когда человек признает неаутентичность знаков, из которых он создает самого себя («Я только что надела свое лицо»; «Там я играл роль обеспокоенного отца»).

В результате знаки теряют свое значение и люди просто выбирают то, что им нравится (обычно эти значения резко отличаются от того, что складывалось в знаки первоначально). А затем, собрав все знаки для дома, работы и самих себя, они радостно буйствуют, «играючи» смешивают различные образы, не представляющие различных значений, извлекают удовольствие из пародий и компиляций. В таком информационном обществе мы имеем, следовательно, «набор значений, [которые] переданы, [но] не имеют значений» (Poster, 1990, с. 63).

Исходя из опыта такую идею информационного общества признать довольно легко, но как дефиниция нового общества она самая непокорная из всех, что мы рассматривали. Учитывая отсутствие критериев, с помощью которых мы могли бы измерить рост количества значений, трудно понять, каким образом такие сторонники постмодернизма, как Марк Постер (1990), описывают настоящее, характеризуя его как новый способ информации. Откуда, кроме как из собственных ощущений, мы можем знать, что происходит увеличение символических взаимодействий? И на основании каких данных мы должны отделить это общество от общества, скажем, 1920-х годов, кроме увеличения различий? Как мы увидим (в главе 9), те, кто отражает условия постмодерна, могут высказать немало интересных соображений по поводу характера современной культуры, однако в том, что касается четких дефиниций информационного общества, они совершенно беспомощны.

Качество и количество

После рассмотрения различных определений информационного общества нам становится ясно, все они или недостаточно развернуты, или неточны, или страдают обоими пороками. Все концепции — технологическая, экономическая, связанная со сферой занятости, пространственная или культурная — дают нам весьма проблематичные понятия относительно того, что, собственно, составляет информационное общество и как его определить.

Важно, что мы осведомлены об этих трудностях. Хотя в качестве эвристического термин «информационное общество» обладает некоторой ценностью для исследования основных характеристик современного мира, все же он слишком не точен, чтобы принять его как научную дефиницию. По этой причине на протяжении всей своей книги я, хотя и буду при случае использовать это понятие, а также соглашаться с тем, что информация играет определяющую роль в наше время, буду выражать недоверие относительно

сценариев возникновения информационного общества и придерживаться скептицизма по поводу того, что информация стала одной из главных отличительных черт нашего времени.

Сейчас я, однако, хотел бы осветить некоторые дальнейшие проблемы, которые возникают в связи с языком информационного общества. Первая проблема состоит в противоречии качественного и количественного измерений, о которых уже упоминалось. Ранее я говорил, что преимущественно количественные подходы не могут отделить стратегически наиболее важную информационную деятельность от рутинной, проходящей на низком уровне, а смешение этих двух видов деятельности приводит к заблуждениям. Здесь мне снова хотелось бы поднять вопрос о количестве и качестве, то есть означает ли переход к информационному обществу разрыв с предыдущими типами обществ.

Большинство определений информационного общества исходят из количественных характеристик (число «беловоротничковых» работников, процент ВВП, обеспеченный информацией и т.д.) и предполагают, что в некоей точке, когда информационное общество начинает доминировать, мы в него вступаем. Но нам не предоставляется никаких ясных оснований, по которым мы могли бы определить как новый тип общества то общество, в котором, как мы все видим, происходят обмен большими объемами информации и ее хранение. Если стало больше информации, то трудно понять, почему нам предлагается увидеть в этом что-то принципиально новое.

Напротив, вполне реально описать как новый тип общества то общество, в котором информация играет качественно иную роль и исполняет иные функции. И тут не требуется даже того, чтобы мы обнаружили, что большая часть рабочей силы занята в информационной сфере или что экономика получает определенные прибыли от информационной деятельности. Например, теоретически можно представить себе информационное общество, где лишь небольшое число «информационных экспертов» имеют реальную власть. Нужно только заглянуть в научно-фантастические произведения Герберта Уэллса (1866–1946), чтобы вообразить общество, в котором доминирует элита, обладающая знанием, а большинство, экономически невостребованное, обречено на безработицу и безделье. С точки зрения количественных параметров, скажем, в концепции, связанной со сферой занятости, это не будет «информационным обществом», но нам, возможно, придется признать его таковым, поскольку информация (знание) играет решающую роль во властных структурах и выборе направления социальных перемен.

Дело в том, что количественные параметры — просто больше информации — сами по себе не могут означать разрыва с предыдущими системами, хотя, по крайней мере теоретически, возможно рассматривать небольшие, но решающие количественные изменения как системный слом. В конце концов сейчас у нас намного больше автомобилей, чем в 1970 г., но никто же не пытается определить нас как «автомобильное общество». Но именно системную переменную хотят подчеркнуть те, кто пишет об информационном обществе, от Д. Белла с его постиндустриализмом, М. Кастельса с его информационным типом развития до М. Постера с его способом информации.

Особенно странно, что многие из тех, кто определяет информационное общество как новый тип общества, делают это, исходя из предположения, что качественное изменение может быть определено простым подсчетом циркулирующей информации, людей, занятых информационной сфере, и т.д. То есть здесь мы имеем дело с допущением, что количественное увеличение — неясно, каким способом, — трансформируется в качественное изменение социальной системы.

Интересное открытие относительно этого парадокса делает Теодор Розак (1986), подвергая критике разного рода теории информационного общества. Он подчеркивает необходимость качественного анализа информации, понимая под этим то, что мы делаем ежедневно, проводя различия между такими явлениями, как данные, знания, опыт и мудрость. Разумеется, эти термины «растяжимы», и то, что для одного является приобретением знаний (например, получение аттестата), для другого может оказаться информацией (например, об условиях поступления в университет), но все же они играют важнейшую роль в нашей повседневной жизни. По представлениям Розака, нынешний «культ информации» служит для размывания этого рода качественных различий, которые являются сутью повседневной жизни. Это размывание достигается постоянными утверждениями, что информация — чисто количественный фактор и предмет статистических измерений. Но при подсчете экономической ценности информационной индустрии, доли информационной деятельности в ВВП, процента национального дохода, качественные характеристики предмета (полезна ли информация? правдива она или ложна?) в расчет не принимаются: «Для теоретиков информационного общества совершенно не важно, передаем ли мы факт, суждение, плоское “общее место”, глубокое учение, высокую истину или грязную непристойность» (Roszak, 1986, с. 14). Когда вся информация рассматривается как однородная масса и соответственно становится доступной измере-

нию, качественная сторона вопроса остается вне поля зрения: «Информация оказывается чисто количественным измерением коммуникативных обменов» (с. 11).

Розака поражает, что вместе с количественным измерением информации приходит убеждение в том, что ее большее количество означает глубокую трансформацию жизни общества. Получив устрашающие цифры информационной деятельности и уйдя от качественных различий, теоретики информационного общества утверждают, что эти тенденции качественно изменяют нашу жизнь. Для Розака все это мифология информационной болтовни: термин скрывает различия, а нас пытаются убедить, свалив всю информацию в один большой горшок, будто его содержимое — эликсир жизни, а не малосъедобное варено. По словам Розака, это очень полезно для тех, кто хочет, чтобы общество согласилось на перемены, которые представляются столь бесспорными:

Информация имеет привкус безопасной нейтральности; и очень просто и полезно нагромождать горы бесспорных фактов. Такое невинное прикрытие — великолепная стартовая позиция для политических замыслов технократов, которые не хотят открывать, насколько это возможно, свои истинные цели. В конце концов, что можно возразить против информации?

(Roszak, 1986, с. 19)

Розак яростно возражает против такого способа размышления об информации. В результате того, что людям в огромных количествах «скармливают» статистические сведения о разумности компьютеров, о возможностях новых технологий обработки данных и создании цифровых сетей, они готовы поверить, что информация — главный элемент в жизнеобеспечении социальной системы. От обилия подобного рода сведений испытываешь искушение согласиться с теми теоретиками информационного общества, которые настаивают, что мы уже живем в совершенно новом обществе. Против аргумента «от большего количества информации к качественно новому обществу» Теодор Розак выдвигает свое возражение: «главные идеи» (1986, с. 91), которые лежат в основе нашей цивилизации, основаны отнюдь не на информации. Такие принципы, как «все люди созданы равными», «это моя страна, права она или нет», «живи сам и давай жить другим», «все мы дети Господни» и «поступай с другим так, как тебе хотелось бы, чтобы поступали с тобой», занимают центральное место, но все они появились до «века» информации. Розак не утверждает, что все эти

идеи верны (наоборот, некоторые из них вредны: «все евреи богатые», «все женщины послушны», «все черные от природы хорошие спортсмены»). Он только подчеркивает, что идеи и качественные оценки, которые они неизбежно влекут за собой, имеют гораздо более раннее происхождение, чем количественные подходы к информации. И особенно он возражает против тезиса, что большее количество информации приводит к фундаментальным трансформациям общества, в котором мы живем.

Что такое информация?

Отказ Розака от статистических измерений приводит нас к рассмотрению, быть может, самой существенной особенности информационного общества. Мы пришли к этому во многом благодаря его стремлению вновь ввести качественные суждения в дискуссию об информационном обществе. Розак задает такие вопросы: сделает ли большее количество информации нас более информированными гражданами? Сделает ли доступность большего количества информации нас более информированными? Какого рода информация создается и хранится, какой ценностью она обладает для общества в целом? Информационная занятость какого рода растет, почему она растет и до каких пределов будет расти?

Предлагаем остановиться на значении и смысле информации. Первое определение информации, которое приходит в голову, — семантическое: информация имеет смысл; у нее есть предмет; это либо сведения о ком-то или о чем-то, либо руководство к действию. Если использовать такую концепцию информации для дефиниции информационного общества, то в результате мы придем к обсуждению этих характеристик информации. Мы будем говорить, что информация о *таких* проблемах, о *таких* сферах, о *таком* экономическом процессе и составляет сущность новой эры. Однако теоретики информационного общества отбрасывают именно это, вполне согласующееся со здравым смыслом определение информации. И действительно, представление о том, что информация имеет прежде всего семантическое содержание, оказалось в забвении.

Все те определения, о которых мы говорили, подходят к информации без учета ее смысла, хотя и с различных сторон. В поисках количественного подхода к определению информации можно обратиться к классической теории информации Клода Шеннона и Уоррена Уивера (1949), где используется определение информации, резко отличающееся от обыденного семантического. По данной теории, информация есть количество, измеряемое в «битах»,

и определяемое как вероятности частотности символов. Эта дефиниция возникла из потребности инженеров коммуникационных технологий, которые заинтересованы в измерении хранимых и передаваемых символов, основанных на системе двоичного исчисления (включить—выключить, да—нет, 0—1).

Так понятие «информация», прежде столь неудобное, оказалось подходящим для математического метода, но достигается это ценой исключения столь же неудобных вопросов о смысле и качестве информации. В обыденной жизни, получая информацию или обмениваясь ею, мы в первую очередь оцениваем ее значение и ценность: существенна ли она, точна ли, нелепа, интересна, компетентна или полезна? Но для теории информации, которая лежит в основе многих измерений информационного взрыва, эти параметры не существенны. Эта теория дает определение информации независимо от ее содержания, рассматривает ее как часть физического мира вроде энергии или материи. Вот как пишет об этом один из выдающихся приверженцев теории информационного общества:

Информация существует. Чтобы существовать, она не нуждается в том, чтобы ее воспринимали. Чтобы существовать, она не нуждается в том, чтобы ее понимали. Она не требует умственных усилий для своей интерпретации. Чтобы существовать, ей не требуется иметь смысл. Она существует.

(Stonier, 1990, с. 21, курсив автора)

И действительно, если так, то два сообщения (одно — исполненное глубокого смысла, второе — полная ерунда) могут быть равны. Как пишет Розак, «словом *информация* стали обозначать все, что может быть закодировано для передачи по каналам связи от источника к получателю, вне зависимости от его семантического содержания» (1986, с. 13). Это позволяет представлять информацию в количественном виде, но ценой забвения ее смысла и качества.

Такое определение информации свойственно, оказывается, не только технологической и пространственной концепциям информационного общества (когда количества хранимой, обрабатываемой и передаваемой информации служат показателями продуктивности), ведь и в экономической концепции мы сталкиваемся с подобным игнорированием смысла информации. Пусть здесь и не пользуются «битом» как единицей измерения, но все равно смысл вытесняется общим показателем цены (Arrow, 1979). Для инжене-

ра-информационщика главное — количество символов в двоичной системе, для экономиста информационной сферы — объемы продаж. А как только начинается переход от рассмотрения концепции информации как таковой к ее измерению, сразу же утрачивается ее гетерогенность, которая вытекает из разнообразия смыслов информации. «Идея навесить ценники на образование, исследовательскую работу и искусство» (Muchlup, 1980, с. 23) неизбежно приводит к отрыву от семантических свойств информации. В середине 1960-х годов Кеннет Боулдинг отмечал:

Бит полностью абстрагируется от содержания информации... и хотя он чрезвычайно полезен инженерам по телефонии... теории социальных систем нуждаются в единице измерения, которая бы принимала во внимание значение.

(Boulding, 1966)

Тем более странно, что экономисты пытаются решить проблему качества, которое для информации является главным, с помощью количественного подхода, опираясь на стоимость и цену, что представляется в лучшем случае «гаданием относительно качества» (там же). «Оценивать не подлежащее оценке», если прибегнуть к терминологии Махлупа, означает заменить оценку информационного содержания измерением столбика монет. Мы, разумеется, получим впечатляющие статистические результаты, но зато забудем, что информация — всегда *о чем-то* (Maasoumi, 1987).

И наконец, при том что вся культура построена на смыслах, на том как и почему люди живут именно так, а не иначе, просто поразительно, насколько восторг постмодернистов перед нереперентным характером символа сочетается с теориями коммуникации и экономическим подходом к информации. Это какая-то магия распространения информации, ее фантастической экспансии, в результате которой информация утрачивает семантическую основу. Символы сейчас — везде и всюду, они производятся постоянно и в таких количествах, что их значения нейтрализуются, они перестают означать что-либо вообще.

Примечательно, что теоретики информационного общества, исключив смысл из своих концепций информации в угоду количественным измерениям ее роста, приходят к выводу, что благодаря возрастающему экономическому весу, количеству произведенной информации или просто количеству символов, которые нас окружают, общество должно претерпеть исполненные глубокого смысла перемены. Иначе говоря, мы имеем дело с несоци-

альной оценкой информации — она существует, и все, — но должны приспособливаться к социальным последствиям. Подобная ситуация хорошо известна социологам, которые утверждают, что то или иное явление не связано с развитием общества (особенно это касается технологий и науки), однако влечет за собой немедленные социальные последствия. Тем не менее такой анализ не правомерен (Woolgar, 1985).

Без сомнения, возможность измерить в количественных показателях распространение информации небесполезна, но этого определено недостаточно. Для подлинного знания, что такое информационное общество, чем оно похоже на другие социальные системы и чем отличается от них, мы обязаны изучить значение и качество информации. Какой вид информации претерпел особо быстрый рост? Кто производит этот вид информации, для каких целей, с какими последствиями? Как мы увидим дальше, интерпретации тех ученых, которые задаются вопросами о смысле и качестве информации, значительно отличаются от тех, кто оперирует несемантическими и количественными измерениями. Первые настроены весьма скептически относительно наступления новой эры. Разумеется, эти ученые признают, что информации стало больше, но они отказываются рассматривать ее в отрыве от содержания (они всегда спрашивают: какая информация?), не соглашаются признать, что производство информации привело к возникновению информационного общества.

Теоретическое знание

Существует и другое течение, представители которого также утверждают, что мы живем в информационном обществе, но оно не нуждается в столь тщательном исследовании смысла информации. Более того, сторонники этой точки зрения утверждают, что нам вообще не нужны количественные измерения информации для оценки связанного с ней роста в сфере занятости или экономике, так как решающее количественное изменение произошло в способах использования информации. Для этих ученых информационное общество — это общество, в котором доминирующую роль играет теоретическое знание, чего прежде не было. Эти отличающиеся по взглядам исследователи сходятся на том, что информационное общество (хотя предпочтительнее было бы употреблять термин «общество знания» по той вполне очевидной причине, что он говорит о много большем, чем сваленные в одну кучу биты информации) устроено таким образом, что приоритет отда-

ется теории. Хотя приоритет теоретического знания мало рассматривается в теориях информационного общества, имеется достаточно оснований для того, чтобы считать его отличительной чертой современности. Я еще не раз вернусь к этой теме (в главах 3, 5, 8 и в заключении), и потому здесь лишь слегка коснусь ее.

Под теоретическим знанием здесь понимается знание абстрактное, обобщенное и закодированное на различного рода носителях. Абстрактным оно является, поскольку к данной ситуации применяется не непосредственно, а обобщенным — поскольку сохраняет свое значение за пределами конкретных обстоятельств, причем носителями его являются книги, статьи, телевизионные образовательные программы и разного рода курсы. Есть возможность доказать, что теоретическое знание играет ключевую роль в современном обществе в отличие от предыдущих эпох, когда доминировали практическое и ситуативное знания. Если вспомнить, например, промышленную революцию, то становится ясно, что делали ее, по выражению Д. Белла (1973), «талантливые придумщики, которым наука и фундаментальные законы, лежавшие в основе их изобретений, были безразличны» (с. 20). Усовершенствованный Абрахамом Дерби процесс выплавки железа, паровоз Джорджа Стивенсона, паровой двигатель Джеймса Уатта, инженерные новинки Мэтью Боултона и множество других изобретений, сделанных между 1750 и 1850 гг., были плодом работы изобретателей и промышленников, прочно стоявших на земле, людей, которые сталкивались с практическими задачами и решали их практическими методами. Хотя к концу XIX в. технологии, основанные на научных достижениях, и формировали развитие промышленности, все же еще век назад

в различных сферах жизни человека царили в основном опыт, эксперимент, навыки, развитой здравый смысл и — как максимум — систематическое распространение знаний о наилучших возможностях практических и технических решений. Так было в сельском хозяйстве, строительстве, медицине и во многих видах человеческой деятельности, которые обеспечивали насущные потребности и роскошь.

(Hobsbawm, 1994, с. 525)

Сегодня инновации напротив берут свое начало от принципиальных знаний, с наибольшей очевидностью это проявляется в сфере науки и технологий (хотя принципы эти могут быть понятны незначительному числу экспертов). Подобные теоретические

принципы в форме текста выступают стартовой точкой, например, для успехов генетики в рамках проекта «Геном человека», то же можно сказать о физике и математике, которые стали основанием ИКТ и связанного с ними программного обеспечения. Теоретическое знание стало основой современной жизни в различных областях, иллюстрацией чему могут служить воздухоплавание, производство пластмасс, медицина, фармацевтика.

Не следует думать, что приоритет теоретического знания сводится к лишь к новейшим достижениям. На самом деле трудно найти такие технологии, в которых и для которых теория не была бы первейшим условием развития. Например, ремонт дорожных покрытий, строительство, переработка отходов — все это предполагает знание теоретических принципов сопротивления материалов, структурных законов, токсинов, энергопотребления и многого другого. Это знание формализовано в текстах и передается главным образом посредством обучения, а это благодаря специализации означает, что большинство не обладает теоретическими знаниями вне пределов собственной специальности. Тем не менее теперь каждый знает об огромном значении теории, так как с ней связаны даже бытовые технологии — микроволновые печи, плееры с компакт-дисками, цифровые часы. Разумеется, архитектор, инженер по водоснабжению, механик остаются в нашем восприятии людьми практическими. Это действительно так, но нельзя не заметить, что все они сначала получили теоретические знания, а затем интегрировали их в практическую работу (которая часто связана с «умными» технологиями тестирования, измерения и конструирования, в которые тоже интегрировано теоретическое знание).

Приоритет теоретического знания в наше время существует не только в науке и технологиях. Если приглядеться внимательнее к политике, можно увидеть, что именно теоретическое знание лежит в основе многих политических решений и дебатов: поскольку политика — «искусство возможного», следует знать эти возможности. На что ни посмотришь, все — транспорт, окружающая среда, экономика — тесно связано с теорией (модели анализа стоимости—прибыли, концепции устойчивости окружающей среды, положение о соотношении инфляции и занятости). Все это отвечает критериям теоретического знания (абстрактность, обобщенность, кодификация). Подобное теоретическое знание необязательно имеет характер закона, как в физике или биохимии, однако оно работает на сходных основаниях, и трудно отрицать, что оно пронизывает чуть ли не всю современную жизнь.

Действительно, доказательством может служить то, что теоретическим знанием пронизана практически вся современная жизнь.

Например, Нико Штер (1994) предполагает, что оно главное во всем, что мы делаем, от планирования интерьера собственного дома до выбора режима физической нагрузки для сохранения здоровья. Его представления перекликаются с «рефлексивной модернизацией» Гидденса, т.е. эпохой, характеризующейся повышенной рефлексией общества и саморефлексией, которые лежат в основе выбора образа жизни. Если это все в большей степени происходит именно так, если мы создаем мир, в котором живем, на основе рефлексии и решений, при принятии которых большую роль играют не природные импульсы и традиция, а оценка рисков, тогда теоретическому знанию должно быть отведено центральное место, так как оно дает нам пищу для рефлексии. Например, в развитых странах широким слоям населения известно о демографических тенденциях (мы — стареющее общество, население земли растет главным образом в Южном полушарии), о контроле рождаемости, о коэффициенте рождаемости, о детской смертности. Это знание теоретическое, оно абстрактно, обобщено, собрано и проанализировано специалистами, распространено в различных медиасредствах. Подобное теоретическое знание не подлежит непосредственному применению, хотя, несомненно, служит информацией для социальной политики и индивидуального планирования (когда мы обдумываем формы своего будущего пенсионного обеспечения или решаем, когда и сколько иметь детей). В этом смысле теоретическое знание стало определяющей чертой мира, в котором мы живем.

Трудно придумать способы количественного измерения теоретического знания. Опосредованные пути, такие как увеличение числа людей с университетскими дипломами и рост тиражей научных журналов — нельзя признать достоверными. И тем не менее теоретическое знание можно считать определяющей чертой информационного общества, так как оно со всей очевидностью влияет на наш образ жизни, в отличие от образа жизни наших предков, прикрепленных к одному месту, невежественных и подвластных силам природы.

Как я уже говорил, мало кто из теоретиков информационного общества уделяет внимание теоретическому знанию. Их больше увлекают феномены, связанные с технологиями, экономикой, сферой занятости, так как они легче поддаются измерению, однако весьма отдаленно связаны с теорией. Более того, трудно доказать, что теоретическое знание приобрело приоритет именно в последние десятилетия. Более убедительным будет рассмотрение его как результат длительного процесса, тенденции, присущей времени

модерна, однако особенно характерной для второй половины XX в., и тенденция эта ведет к тому, что Гидденс называет «высокой модернити».

Резюме

В этой главе рассмотрены сомнения относительно приемлемости самого понятия информационного общества. С одной стороны, мы выявили различные критерии, с помощью которых, как предполагается, можно количественно измерить возникновение информационного общества. В следующих главах мы познакомимся с исследователями, которые, используя совсем иные критерии, утверждают, что мы входим в информационное общество. Нельзя быть уверенным в диагнозе, когда его ставят совершенно различными способами. Более того, эти критерии, связанные с технологиями, сферой занятости, с пространственными характеристиками, хотя и кажутся на первый взгляд убедительными, на самом деле туманны и не точны, они не способствуют выяснению, вступили ли мы уже в информационное общество или сделаем это в будущем.

К тому же мы видим — и это заставляет нас относиться с большим скептицизмом к идее информационного общества, хотя мы не сомневаемся в увеличившейся «информатизации» жизни, — что приверженцы этого нового общества от поисков количественных измерений распространения информации переходят к утверждениям, будто количественная сторона и есть показатель качественного изменения социальной организации. То же самое происходит и с дефинициями информации, которые в ходу у сторонников информационного общества, придерживающихся несемантических определений информации. Так много битов, так велика их доля в экономике — и все это легко поддается учету. Тем самым с аналитиков как бы снимается обязанность определять качество и ценность информации. Однако в этом случае они полностью лишаются здравого смысла, которое наделяет слово значением, и соглашаются с тем, что информация лишена содержания. Как мы увидим, те ученые, которые отталкиваются в своих исследованиях трансформаций в информационной области от этих установок, разительно отличаются от тех, кто, соглашаясь с тем, что информационный взрыв имеет место, уверены, что мы никогда не сможем обойти вопрос о значении и цели информации.

Наконец, положение о приоритетности теоретического знания как определяющего фактора информационного общества, тоже

оспаривается. Его приверженцы не утруждают себя ни необходимым количественным анализом, ни пристальным вниманием к семантической составляющей информации. Теоретическое знание вряд ли может быть признано чем-то по-настоящему новым, однако можно утверждать, что его значение возросло и что оно распространилось настолько, что становится определяющей чертой современной жизни. Я постоянно буду возвращаться к этому феномену, не переставая, однако, подчеркивать, что немногие из энтузиастов информационного общества уделяют большое внимание теоретическому знанию.

3

ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЩЕСТВО КАК ПОСТИНДУСТРИАЛИЗМ

Дэниел Белл

Среди ученых, разделяющих идею о возникновении нового общества, заслуженной известностью пользуется создатель теории постиндустриализма, характеризующей информационное общество Дэниел Белл. Действительно, эти термины используются практически как синонимы: информационный век трактуется как выражение постиндустриального общества (ПИО), а постиндустриализм часто рассматривается как информационное общество. К этому следует добавить, что термин «постиндустриализм» Белл ввел в конце 1950-х годов, однако стал заменять словами «информация» и «знание» термин «постиндустриализм» около 1980 г., когда возродившийся интерес к футурологии стал расти в связи с интересом к развитию компьютерных и телекоммуникационных технологий.

Надо признать, что Дэниел Белл (род. 1919), увлекшись теорией ПИО, подчеркивал центральную роль информации (знания) в своем проекте будущей социальной системы*. Книга *The Coming of Post-Industrial Society*, изощренный социологический портрет нарождающегося общества, появилась в 1973 г., хотя основная ее идея была опубликована ранее в виде эссе; она соответствовала революционным технологическим переменам, происходившим в развитых странах в конце 1970-х — начале 1980-х годов. Внезапное распространение микроэлектронных технологий — в офисах, на промышленных предприятиях, в жилых домах, казалось, что компьютеры проникли *всюду*, — вызвало настоящее желание узнать, к чему ведут эти перемены. Поэтому неудивительно, что уже готовая модель, предложенная Беллом в солидной по объему книге *The Coming of Post-Industrial Society*, заставила многих аналитиков

* Д. Белл (1979) проводит следующее различие в терминах: информация означает «обработку данных в самом широком смысле слова», знание — «организованный набор фактов или идей, представляющий обоснованное суждение или результат опыта, который передается через какое-либо коммуникативное средство в некой систематической форме» (с. 168).

обратиться к ней. Тогда было неважно, что Белл предложил «концепцию постиндустриального общества как *аналитическую конструкцию*, а не описание конкретного общества» (Bell, 1973, с. 483). Представлялось, что теория постиндустриального общества *правильно* описывает грядущий мир. Предвидение Белла вносило интеллектуальный порядок в беспокойное время перемен. При таком положении вещей мало кто оказался способен заметить предупреждение Белла о том, что «концепция постиндустриального общества является чисто абстрактной» (Bell, 1973, с. х).

Оказалось, что Белл предвидел то смятение, которые новые коммуникативные технологии внесут в нашу жизнь. Да, действительно, еще до этого он писал о необходимости массового распространения информационных технологий, и вот они у нас уже есть, значит, прогноз Белла оказался верным. Понятно, почему ему поверили и возвели в ранг чуть ли не гуру. Понятен и компромисс самого Белла, который заговорил на модном языке «информационной революции».

Хотя в конце 1980-х годов энтузиазм вокруг «могущественного микро» поутих и пошел на спад интерес к футурологии, быстрое и, по-видимому, неослабевающее развитие Интернета, мировой паутины, в конце 1990-х годов, подогретое лихорадочным ожиданием миллениума, возродило интерес к предсказаниям будущего. На этой волне опять утвердилось представление о ключевой роли Дэниела Белла, который предвидел и описал постиндустриальную эру.

Сейчас, когда уже целое поколение тщательно изучило концепцию Белла, разумеется, нетрудно найти в ней недостатки. Редкая социальная теория живет больше десяти лет, так что достижению Дэниела Белла, который продолжает играть важную роль в серьезных дискуссиях, можно только позавидовать. Свидетельством его мощного воображения и интеллекта служит то, что любая серьезная попытка сформулировать концепцию информационной эры отправляет ее автора к книге *The Coming of Post-Industrial Society*. Неудивительно, что книга была переиздана в 1999 г. и снабжена, как это часто происходит с творчески активным и обладающим огромным интеллектом Беллом, предисловием автора объемом в 30 000 слов, в котором он размышляет об убедительности и актуальности своих основных идей.

Стоит добавить, что *The Coming of Post-Industrial Society* — это настоящий академический подвиг и легким чтением книгу не назовешь. Кришан Кумар (Kumar, 1978), самый резкий критик Белла, признает, что его теория постиндустриализма — «самое дерз-

кое и крепкое сбитое из всего... что написано футурологами» (с. 7). В 1960-е годы работали и другие социологи, многие из них, заглядывая в будущее, подчеркивали роль экспертизы, технологии и знания. Но никому не удалось представить такой систематической и содержательной концепции, какая изложена в книге Белла. Более того, теория Белла стала первой попыткой понять суть информации и развивающихся коммуникационных технологий, в его новаторской работе выведены принципы, которые сохраняют свою силу и по сей день. И наконец, нельзя не сказать, что Дэниел Белл является мыслителем первого ряда и в США, и во всем мире, выдающимся социологом последней четверти XX в. (Jumonville, 1997; Leibowitz, 1985; Waters, 1996). Белл написал много значительных работ — от *The End of Ideology* (1961) до новаторской книги *Cultural Contradictions of Capitalism* (1976) и, разумеется, самой *The Coming of Post-Industrial Society*. Первые две из названных работ — литературное приложение к газете — «Таймс» включила в список главных книг второй половины XX в. Это говорит о силе интеллекта Белла, но чтобы полностью оценить его, надо сказать несколько слов о его интеллектуальном стиле и интересах. Белл — не тот теоретик, который создает запутанные и абстрактные модели. Все, не связанное с практической жизнью, для него не важно, главное — осветить самые существенные, влекущие за собой серьезные последствия изменения, чтобы читатель лучше понимал мир, в котором живет. Белл, конечно, остается теоретиком, но его внимание сосредоточено на тщательном анализе реального мира. Более того, весь его труд продиктован убеждением, что аналитика имеет практическое значение. Поэтому Белл пишет много, но публикуется не в основных академических изданиях. Реферативный журнал — это не для него; он предпочитает такие издания, как *Dissent*, *New Leader* и *Public Interest* (он является соучредителем последнего журнала). Цель Белла состоит в том, чтобы его прочитали и поняли политики и лидеры общественного мнения. Признавая его талант и восхищаясь Беллом, в этой главе я сосредоточусь на его теории постиндустриального общества и буду резко критиковать ее. Я доказываю, что теория ПИО несостоятельна и что существуют авторитетные социологические подтверждения моей позиции. При этом остается только удивляться, почему концепция Белла по-прежнему востребованна.

Особенно важно показать, что ПИО не помогает понять роль и значение информации в наше время, поскольку поверхностные исследователи часто связывают терминологию и образ ПИО, созданные Беллом, с информационным обществом. Им кажется, что,

написав «постиндустриальное информационное общество», они придают вес своей работе, отсылая читателя к 500-страничному тому гарвардского профессора Дэниела Белла. Такая отсылка придает авторитет, вес и значительность статьям, книгам и телевизионным программам, в которых выдвигаются преувеличенные предположения относительно направления и характера развития современного общества и которые не заслуживают серьезного внимания. Суметь продемонстрировать, что ПИО — несостоятельное понятие, означает подорвать основу многих распространенных представлений о нашем мире.

Однако было бы несправедливо просто осудить Белла за ошибки в его социологии, и еще некрасивее пытаться дискредитировать его только за то, что он оказался в недостойной компании. Дэниел Белл не имеет ничего общего с теми весьма посредственными мыслителями, которые цепляются за полы его пиджака, и потому перед тем как детально рассмотреть социологические дефекты его теории, воздадим ему хвалу за то, что он побудил нас серьезно размышлять о типе общества, в котором информация играет ключевую роль. Теория ПИО может быть построена на неверных основаниях, эмпирически не оправданна, противоречива и несостоятельна, но самый известный труд Белла *The Coming of Post-Industrial Society* — это (позаимствуем определение у Джорджа Оруэлла) «хорошая плохая книга». Футурологи вроде Элвина Тоффлера, Николаса Негропonte и Джона Нэсбита, чьи измышления в бумажных обложках пользуются популярностью в самых широких кругах, пишут просто плохие книги: интеллектуально худосочные, вторичные, аналитически беспомощные и почти во всех отношениях наивные. А Дэниел Белл сделал «хорошую плохую работу». В ней, может быть, многое неверно, но мы должны признать ее достоинства: это академически богатая, крепко скроенная, исполненная воображения работа, которая производит большое впечатление.

Белл полагает, что мы входим в новую систему, в постиндустриальное общество, которое, хотя и имеет различные отличительные черты, характеризуется главным образом возрастанием количества и значения информации. Дэниел Белл считает, что информация и в количественном, и в качественном отношении является ключевой для ПИО. С одной стороны, постиндустриализм ведет к увеличению информации, находящейся в пользовании. С другой — Белл утверждает, что в постиндустриальном обществе происходит качественный сдвиг, особенно заметный в связи с возрастанием роли того, что он называет теоретическим знанием. Иначе говоря, в мире ПИО становится не просто больше информации, здесь всту-

пает в игру другой тип информации — знание. Отсюда легко понять, почему теорию Белла с такой готовностью подхватили те, кто отстаивает возникновение информационного общества.

Белл, несомненно, был прав в том, что роль, которую играет информация в общественной, экономической и политической сферах, резко возрастает. Однако он глубоко заблуждался в том, что это якобы свидетельствует о возникновении общества нового типа — «постиндустриальной эры». Действительно, теория ПИО несостоятельна, если рассматривать ее в свете реальных социальных тенденций, т.е. если сравнивать «аналитический концепт» с реальным миром, окажется, что первый ко второму неприменим. Кроме того, ПИО представляется состоятельным «идеальным конструктом», только если в качестве отправной точки принять чистую теорию и методологический подход к социальному анализу, который оказывается ложным, когда в расчет принимаются реальные общественные отношения. Иначе говоря, весь этот проект чрезвычайно уязвим с эмпирической, теоретической и методологической точек зрения, что и будет продемонстрировано в этой главе.

Неоэволюционизм

Дэниел Белл полагает, что Соединенные Штаты ведут мир к новому типу социальной системы — в постиндустриальное общество. Не утверждая, что развитие ПИО есть неизбежный ход истории, он все же считает, что можно проследить движение от доиндустриального через индустриальное к постиндустриальному обществу. Эта особая траектория движения явно основывается на очень неопределенной хронологии. Конечно, нетрудно применить терминологию Белла к историческим периодам. Например, в начале XVIII в. Англия была страной доиндустриальной, т.е. сельскохозяйственной, в конце XIX в. — определенно индустриальной, т.е. преобладало мануфактурное производство, а теперь, в начале третьего тысячелетия, видны признаки постиндустриализма, т.е. преобладает сектор услуг. Глядя на распланированный Беллом маршрут, кажется, что мотор истории работает в автоматическом режиме и везет нас к полностью развитому ПИО. И действительно, Белл был уверен в этом маршруте, так как в начале 1970-х считал, что постиндустриализм «станет определяющей чертой XXI в. ...общественных структур США, Японии, Советского Союза и Западной Европы» (Bell, 1973, с. х).

Хотя у социологов эволюционистские теории не в чести, они имеют обыкновение возникать снова и снова. Эволюционизм от-

стаивать трудно: от него попахивает социальным дарвинизмом, этой чистоплюйской мыслью, будто бы мы (авторы книг, чаще всего комфортно живущие в самых богатых странах мира) пребываем в обществе, к которому остальные, менее удачливые страны обязаны стремиться и так или иначе продвигаться в этом направлении. Эволюционизм представляется отвратительным самодовольством и к тому же уязвим интеллектуально с разных точек зрения. Две из них тесно связаны между собой. Первая — ошибочность *историзма* (т.е. мысли о том, что можно определить основные законы и тенденции истории и таким образом предвидеть будущее). Вторая — ловушка *телеологического* мышления (представления о том, что, претерпевая изменения, общества идут к некой конечной цели). Говоря современным языком, эволюционистские теории — а нельзя не признать, что Белл эволюционист, — предполагают, что история имеет вполне различимые тенденции развития в том направлении, в каком развиваются Западная Европа, Япония и в особенности Соединенные Штаты. Отсюда, в общем, вытекает, что людям ничего не надо делать и не надо особенно тревожиться по поводу проблем в собственных странах — несправедливостей, неравенства, непредсказуемости и жестокости человеческого существования, поскольку логика истории неумолимо влечет их вперед и вверх, к лучшей системе, которая больше отвечает их чаяниям.

Дэниел Белл — слишком изощренный и лукавый мыслитель, чтобы не откеститься от подобных обвинений. И действительно, в своей работе он неизменно внимателен к этим и подобным хорошо известным изъянам социальных наук (таким, как технологический детерминизм и технократические послышки, что мы увидим позднее). Подобные обвинения он отменяет сразу, однако простое отрицание не является, конечно же, свидетельством невиновности*. Я убежден в том, что трудно избежать вывода, будто ПИО представляется типом общества, явно превосходящим все, когда-либо существовавшие, и столь же трудно противиться заключению, что мы неизбежно движемся к постиндустриализму благодаря глубинным социальным тенденциям. Когда я перейду к Беллову описанию ПИО, читатель сам сможет оценить приверженность ученого к эволюционистским послышкам.

* Джон Голдторп в 1971 г. жаловался на «рецидив историзма» в среде социологов и прямо обвинял в этом Белла, «даже при том, что историцистские аргументы он не выдвигает открыто, а иногда даже опровергает их» (Goldthorpe, 1971, с. 263).

Отдельные сферы

Для начала я хотел бы рассмотреть важное теоретическое и методологическое положение, фундаментальное для труда Белла. ПИО возникает благодаря переменам не столько в области политики и культуры, сколько в *социальной структуре*. Его развитие неизбежно «ставит вопросы» (Bell, 1980, с. 329) перед политикой и культурой, но Белл особо подчеркивает, что нельзя рассматривать перемены так, будто они происходят в одной из сфер, а затем влияют на все остальные параметры общества. Он считает, что продвинутое общество «радикально разъединено» (Bell, 1980, с. 329). То есть существуют независимые «сферы» — социальная структура, политика и культура, — которые существуют автономно, так что событие в одной сфере необязательно повлечет за собой последствия в иных. Например, если что-то меняется в экономике, это может дать политикам какие-то преимущества либо поставить их перед трудностями, но, настаивает Белл, это отнюдь не автоматически влечет за собой перемены: сфера социальной структуры (куда входит экономика) — это одно дело, политика — другое.

Говоря иначе, Белл — *антихолист*, он снова и снова повторяет, что общества *не* являются «органическими или настолько интегрированными, чтобы их можно было анализировать как единую систему» (Bell, 1973, с. 11). Он решительно отвергает все тоталитарные (холистические) теории общества, исходят ли они (в первую очередь) со стороны левых, которые убеждены, что капитализм внедряется и во все стороны общественной жизни, и в каждую по отдельности, или же отталкиваются от более консервативных позиций, предполагающих, что функция общества состоит в интегрировании и оно развивается в сторону порядка и равновесия. В противовес этим подходам Белл разделяет, совершенно произвольно и без четкого обоснования, современные общества на три сферы — социальную структуру, политику и культуру (почему только три сферы? почему не являются независимыми сферами право, семья и образование?). Как я уже говорил, профессор Белл не дает доказательств того, что эти «разъединенные сферы» существуют в современных обществах: они просто *являются* разъединенными, и социолог, который этого не признает, глубоко заблуждается.

Можно спросить, почему этот вопрос вообще стоит ставить? Почему нас должно волновать, что Белл настаивает на разъединенности обществ на три сферы? Причина, как мы увидим, состоит в том, что этот вопрос — краеугольный камень теории Белла. Во-первых, это позволяет ему высказывать явно противоречи-

вые мнения одновременно. Многократно повторенное заявление Белла — «я консерватор в культуре, социалист в экономике, либерал в политике» (Bell, 1976, с. ix), основывается на его убеждении, будто существуют три разъединенные области, в которых человек может иметь различные взгляды. Если он признает, что культура отделена от экономики, экономика — от политики и т.д., то он может заслуживать доверие, исполняя три этих различных роли, в отличие от сбитого с толку и противоречивого исследователя, которому не хватает логики и последовательности.

Во-вторых, такое радикальное разъединение разных сфер позволяет Беллу обойти неудобные вопросы о том, какая степень перемен в одной сфере оказывает влияние на другую. Он может — что и делает — допустить, что события в одной сфере «ставят вопросы» для остальных, но дальше он не идет, остановившись на том, что его интересует та или иная сфера в отдельности. А с этим никак нельзя согласиться. Поскольку Белл настаивает, что все три сферы независимы друг от друга, он может избежать неудобных вопросов о взаимоотношениях этих сфер, снова и снова возвращаясь к своей теоретической посылке.

В-третьих, Белл не предлагает нам никаких доказательств и свидетельств, подкрепляющих его исходную позицию (Ross, 1974, с. 332–334). Мир, в котором существуют люди, заставляет их постоянно ставить перед собой вопросы о связях культурных, политических и социальных структур, что делает по меньшей мере уклончивыми, если не намеренно жульническими, рассуждения Белла об их «радикальном разъединении».

В-четвертых, одна из самых поразительных характеристик ПИО состоит в том, что она обнажает распад «общей системы ценностей» (Bell, 1973, с. 12), ранее поддерживаемой обществом в целом. Да, он утверждает, что «в наше время разъединение трех [сфер] увеличивается» (с. 13). В его работе *The Cultural Contradictions of Capitalism* (1976) главной темой стал распад некогда интегрированного этоса и потребностей социальных структур (Белл доказывает, что структуры XIX в. восприняли характер протестантизма — трезвость, сдержанность и трудолюбие, и это соответствовало требованиям социоэкономического развития, поощрявшего инвестиции и бережливость). Кроме того, в *The Coming of Post-Industrial Society* Белл уделяет особое внимание возрастающему числу специалистов-профессионалов, что влечет за собой важные последствия в политике (в переводе на простой язык: «будут ли нами править профессионалы?»). Привлекая внимание к подобным вопросам, Белл определенно подчеркивает значение взаимосвязанности трех сфер, а не их разъединенности. В таком слу-

чае как могут некогда единые сферы культуры и социальных структур разойтись так далеко или — иначе ставя вопрос — какое количество связей между ними сохранилось? А если развитие в одной сфере действительно оказывает влияние на другие, тогда какова же их природа? Питер Стейнфелс пишет:

Очевидно не только то, что эти три сферы тесно связаны, но их взаимоотношения в первую очередь интересуют Белла. При всем его аналитическом разделении на три сферы он не в состоянии уйти от понятия общества как единого целого; это снова и снова возникает в его книгах и статьях, это звучит подспудно, если не выражено явно; это представляет основной предмет его беспокойства... А раз так, Беллу нужна теория об отношениях между разными сферами не меньше, чем теория об их дивергенции... Она не должна быть теорией, которая просто дает определение через одну из сфер... она должна установить измерения этих сфер, а также направления и способ их взаимодействия.

(Steinfels, 1979, с. 169)

Постиндустриальное общество

Читателям следует иметь в виду отправной принцип Белла, который утверждает, что социальная структура радикально разъединена с политикой, как я уже подчеркивал при описании ПИО. Главное, что ПИО возникает благодаря переменам только в социальной структуре, которая включает экономику, структуру сферы занятости и систему стратификации, однако не связана с политикой и культурой. Таким образом, *The Coming of Post-Industrial Society* представляет собой анализ перемен, происходящих всего лишь в одном секторе общества, и, как предупреждает Белл, не стоит предполагать, что имеются в виду те его части, изменения в которых влекут за собой серьезные последствия.

Белл предлагает типологию общественного устройства, которая на любой стадии целиком и полностью определяется доминирующим типом наемного труда. По Беллу, самый распространенный вид трудовой деятельности является определяющей чертой того или иного общества. То есть Белл полагает, что если в доиндустриальных обществах преобладал сельскохозяйственный труд, а в индустриальных самым распространенным был труд на мануфактурах, то в постиндустриальном обществе главенствующую роль играет занятость в сфере услуг.

Ключевым объяснением подобных перемен Белл считает рост производительности труда. Критическим фактором, определяющим переход от одного типа общества к другому становится возможность получить «больше за меньшее» количество труда благодаря применению принципа рационализации (эффективности). В доиндустриальную эпоху каждый должен был трудиться на земле, чтобы обеспечивать собственное существование. Однако позже стало возможным кормить население страны без того, чтобы каждый обрабатывал землю (например, благодаря внедрению более прогрессивных сельскохозяйственных приемов, улучшению землепользования и скотоводства), теперь уже можно отвлечь часть рабочей силы от фермерских угодий, и она станет производить предметы потребления, имея при этом гарантированное продовольственное снабжение. Соответственно эти люди перебираются в города, обеспечивают своим трудом растущее число мануфактур, будучи уверены в том, что продовольствием они будут снабжены за заработанные деньги из излишков сельскохозяйственного производства страны. По мере развития этого процесса, в связи с тем что все меньшая часть населения производит все большие излишки сельскохозяйственной продукции (а чем больше сельское хозяйство рационализируется с помощью новых техник и технологий, тем больше продукции оно производит меньшим числом работников), все большая часть населения перетекает из сельскохозяйственных работ в буржуазную систему мануфактур.

С развитием этого процесса мы решительно входим в индустриальную эру, где преобладает мануфактурный труд. И, как всегда, работает принцип «больше за меньшее». Соответственно индустриальное общество процветает все более и более, применяя все более производительную технику на фабриках, где, в свою очередь, растет производительность. Паровой двигатель снижает потребность в мускульной силе и в то же время увеличивает производительность; электричество позволяет запустить монтажные линии. История индустриализации может быть написана и как процесс постоянного развития механизации и автоматизации, что гарантировало заметный рост производительности. Здесь та же железная логика — больше продукции, произведенной все меньшим количеством работников.

Так как производительность повышается, промышленный прирост дает обществу возможность позволить себе прежде немислимую роскошь — учителей, больницы, развлечения и даже отпуска. В свою очередь, подобное использование достигнутого индустрией благосостояния создает рабочие места в сфере услуг, профессии, нацеленные на удовлетворение возникающих потребностей,

что люди уже могут себе позволить, и щедрость индустриального общества дает им эту возможность. Чем больше богатства создает промышленность и чем меньше для этого требуется работников благодаря техническому прогрессу (все то же «больше за меньшее»), тем больше услуг может быть оказано и тем больше работников промышленность отпускает в сферу услуг.

Если этот процесс развивается (а Белл утверждает, что по мере того как мы входим в ПИО, это происходит), значит, мы убеждаемся в следующем:

- ♦ число работников, занятых в промышленности, снижается до такой степени, что очень мало кто находит себе работу в этой сфере (эра «заводов-роботов», «полной автоматизации» и т.д.);
- ♦ одновременно с сокращением числа работающих в промышленности происходит постоянный и уверенный рост производительности, обеспечиваемый непрекращающейся рационализацией производства;
- ♦ благодаря увеличению производительности в промышленности происходит непрекращающийся рост богатства, которое может быть потрачено на удовлетворение новых потребностей, возникающих у людей (что-нибудь вроде медицинского оборудования или услуг массажиста);
- ♦ идет постоянный процесс высвобождения людей от занятости в промышленности;
- ♦ бесконечное создание новых рабочих мест в сфере услуг, нацеленное на удовлетворение новых потребностей, которые возникают в связи с ростом богатства (т.е., становясь богаче, люди открывают новые возможности тратить деньги, а это требует увеличения числа работников в сфере услуг).

Белл идентифицирует постиндустриализм, опираясь на известные эмпирические данные социальных наук. Нельзя отрицать: происходит сокращение занятости в первичном (сельском хозяйстве и добывающей промышленности) и во вторичном (мануфактурном) секторах экономики, что уравновешивается ее ростом в третичном секторе, т.е. в секторе услуг. Это было подробно рассмотрено еще в 1940 г. Колином Кларком, а затем выражено в количественных параметрах Виктором Фушем (1968) и другими. Для Белла «общество услуг» тоже является постиндустриальным обществом.

Однако перед тем как рассматривать этот вопрос, следует подчеркнуть, что занятость в сфере услуг совершенно реально обо-

значает конец истории перетекания занятости из одного сектора в другой. Обоснования здесь прямолинейны: поскольку принцип «больше меньшим числом» требует сначала от сельского хозяйства, потом от промышленности механизации и автоматизации, сначала освобождаются рабочие руки в сельском хозяйстве, потом в промышленности при одновременном обеспечении роста общего богатства. Для таких мыслителей, как Белл, подобные «выбросы» рабочей силы из первичного и вторичного секторов, представляются положительным фактором, который влечет за собой конец эры индустриального общества; это общество избавляется и от тяжелого физического труда, и от радикальных политических течений, точнее, от марксистской политической агитации, поскольку, задается вопросом Белл, как пролетариат может вести борьбу, если пролетариат исчезает? Автоматизация отменяет рабочий класс и в то же время способствует росту благосостояния более широких масс. Общество, получив дополнительные ресурсы, начинает поступать по формуле Кристиана Энгеля: развиваются новые потребности, удовлетворение которых и покрывают эти ресурсы*. Как уже было сказано раньше, это влечет за собой увеличение занятости в сфере услуг. Общество стало богаче? Придуманы новые потребности? Все это приводит к разрастанию сферы услуг, например, в отелях, в туристическом бизнесе и психотерапии. И действительно, следует отметить, что потребности человека ненасытны. Когда люди получают дополнительные деньги, у них начинают возникать дополнительные потребности вроде массажистов, спортивных занятий, психотерапии. Кроме того, работа в сфере услуг особенно трудно поддается автоматизации. Она ориентирована на человека и обычно нематериальна, а потому увеличение производительности с помощью машин не может быть значительным. Как можно автоматизировать работу социального работника, няни или учителя?

Короче говоря, сфера услуг будет увеличиваться по мере возрастания производительности (богатства), извлекаемого из сельского хозяйства и промышленности, но особо беспокоиться о том, что работа в сфере услуг будет автоматизирована, не стоит. А пото-

* «Поскольку национальный доход возрастает, мы видим, как в теореме Кристиана Энгеля... что доля денег, потраченных на питание дома, начинает падать, дополнительные доходы сначала используются для приобретения товаров длительного пользования (одежда, дома, автомобили), а потом — предметов роскоши, на отдых и т.д. Таким образом, третичный сектор, сектор персональных услуг — рестораны, отели, автосервис, путешествия, развлечения, спорт — начинает расти, так как горизонты людей расширяются и появляются новые желания и вкусы» (Bell, 1973, с. 128).

му эволюционный процесс, определенно имевший место на протяжении доиндустриальной и индустриальной эпох, в зрелом ПИО теряет свою силу. С вхождением в постиндустриальное общество мы достигаем конца истории перемещений в сфере занятости из-за технических усовершенствований. А раз так, занятость нам обеспечена.

Роль информации

Если можно признать, что устойчивый рост благосостояния приводит к доминированию труда в сфере услуг, то следует поинтересоваться и местом информации в этом уравнении. Почему Белл осмеливается заявлять, что «постиндустриальное общество — это информационное общество» (1973, с. 467) и что «экономика сервиса» указывает на переход к постиндустриализму? Не так трудно понять роль информации в его теоретических построениях. Он объясняет ее с помощью нескольких связанных между собой посылок. Главное, что он делает акцент на образе жизни людей в различные эпохи. В доиндустриальном обществе это «взаимодействие с природой... когда используется грубая мускульная сила» (1973, с. 126); в индустриальную эпоху, в «техническом и рационализированном обществе, где доминирует машина», жизнь становится взаимодействием с преобразованной природой (с. 126). В отличие от этих двух эпох, жизнь в «постиндустриальном обществе основана на услугах... и является взаимодействием с людьми» (с. 127). «Главную роль играет не грубая мускульная сила, не энергия, а информация» (с. 127).

Иными словами, если некогда человек обеспечивал свое существование возделыванием земли и должен был полагаться на физическую силу и традиции (доиндустриальная эпоха), позже должен был отвечать требованиям машинного производства (индустриальная эпоха), то с возникновением общества услуг (постиндустриального общества) предметом труда для большинства стала информация. В конце концов «взаимодействие между людьми» и есть то взаимодействие, для которого базовым ресурсом является информация. Не занимаются ли банкиры только тем, что регулируют денежные потоки? Не занимаются ли терапевты только тем, что ведут диалоги с пациентами? Не занимаются ли рекламщики только тем, что производят и передают образы и символы? Не занимаются ли учителя только тем, что передают знания? Работа в сфере услуг — это информационная работа. А доминирование занятости в сфере услуг неизбежно ведет к возрастанию количества информации. Используя более позднюю терминологию Белла, можно различить три типа труда, а именно «добывающий»,

«мануфактурный» и «информационный» (1979, с. 178), удельный вес которых менялся на протяжении веков таким образом, что в ПИО «доминирующей в сфере занятости группой стали информационные работники» (с. 183).

Однако, Дэниел Белл на этом не останавливается, описывая разные стороны привлекательности жизни в ПИО. Во-первых, информационная деятельность — это главным образом «беловоротничковая» работа, которая приносит удовлетворения больше, чем какая-либо иная, так как требует общения с людьми. Во-вторых, в секторе услуг главной становится профессиональная работа, в которой, как утверждает Белл, к концу 1980-х годов будет занято более 30% всей рабочей силы (1989, с. 168). Это означает, что центральной фигурой в ПИО станет «специалист, поскольку он имеет соответствующее оборудование, образование и навыки, чтобы обеспечивать тот род деятельности, который во все более возрастающей мере востребован в постиндустриальном обществе» (1973, с. 127). В третьих, «стержнем постиндустриального общества становятся профессиональное техническое обслуживание» (1987, с. 33), а также «ученые и инженеры, которые формируют ключевую группу в постиндустриальном обществе» (1973, с. 17). В-четвертых, они становятся особым, «решающим» сегментом услуг в этом обществе. Это те профессионалы, присутствие которых в здравоохранении, образовании, исследовательской работе, управлении свидетельствует об «экспансии новой интеллигенции — в университетах, исследовательских организациях, в сфере свободных профессий и управления» (с. 15).

Больше профессиональной работы, бóльшая роль интеллектуалов, бóльшее значение квалификации, больше работы, связанной с непосредственным общением. Все это не только создает образ чрезвычайно привлекательного будущего, но и выдвигает на первый план роль информации (знания). К этому я еще вернусь, но здесь стоит отметить, что Белл не останавливается на этом, рисуя позитивные свойства постиндустриального общества. Белл полагает, что увеличение роли профессионалов означает не только увеличение количества информации в обращении, поскольку оно является следствием их работы, но и то, что общество претерпевает качественные изменения. Одна из причин этих изменений состоит в том, что профессионалы, будучи экспертами, более прочих склонны к планированию. Отсюда вытекает одна из главных черт нового общества, планирование устраняет превратности жизни, пущенной на самотек — *laissez-faire*. Поскольку профессионалы не отдадут будущее анархии свободного рынка, в ПИО

определяющими будут предвидение, выработка стратегий и планирование, а значит, общество будет просчитывать траекторию своего развития более осознанно и целенаправленно, контролируя этот процесс, что прежде немислимо было себе представить. Второе качественное изменение связано с тем фактом, что, поскольку услуги означают взаимодействие людей, направляемых специалистами, то соответственно качество этого взаимодействия выдвигается на первый план. Преподаватели не озабочены убытками и прибылями, которые связаны с обучением конкретного студента, они думают об увеличении знаний, развитии характера и навыков молодого человека. Врач не рассматривает пациента, как источник дохода. Далее, что логически следует из сказанного, это ориентированное на человека общество, в котором знание специалиста играет ведущую роль, становится обществом *заботливым*. В постиндустриальном обществе к человеку не относятся, как к винтику (что становилось уделом индустриального рабочего, когда главным были техника и деньги), он воспользуется услугами специалистов, для которых не будет ничего важнее — как предполагается — потребностей клиента. Необходимость планировать вместе с желанием заботиться влечет за собой, по словам Белла, возникновение «нового сознания» в ПИО, которое, будучи «коммунитарным обществом» (1973, с. 220), больше поощряет «комьюнити» (сообщество), нежели индивидов» (с. 128), и для нового общества это главная точка отсчета. Такие вопросы, как состояние окружающей среды, забота о престарелых, достижения в области образования, которое не должно быть узкоспециализированным, — все это становится более значимым, чем экономическая прибыль и конкурентоспособность, а благодаря экспертизе специалистов и выстраиванию приоритетов вполне может быть осуществлено. И это, утверждает Белл, свидетельствует о повороте от «экономизирующего» этоса (максимального удовлетворения собственного интереса) к «социологизированному» образу жизни («попытка оценить потребности общества наиболее сознательным образом... на основе ясно сформулированного «общественного интереса» (1973, с. 283).

Сейчас читателю самое время вспомнить, что мы предполагали рассмотреть обвинения теории постиндустриального общества в эволюционизме. Исходя из изложенного трудно, по-моему, избежать вывода, что ПИО есть высшая форма общества, она стоит на высшей ступени, чем все, ей предшествовавшие, и именно к ней должны стремиться все общества, способные к увеличению производительности.

Интеллектуальный консерватизм

Из всего этого понятно, что рост объемов информационной работы и большая доступность профессий, требующих специального диплома, заставляет Дэниела Белла идентифицировать решительный *разрыв* между индустриальным и постиндустриальными обществами. Хотя бесспорно, что информационной занятости сейчас больше, чем когда-либо, и что количество используемой информации резко растет, утверждение Белла, будто постиндустриализм означает системный разрыв с предыдущими обществами, вызывает серьезные вопросы.

Одна проблема связана с тем, что Белл строит свою теорию нового общества на весьма шатких основаниях. Не существует никаких имманентных причин, по которым рост числа специалистов, пусть даже резкий, должен привести нас к выводу, что наступает новая эра. Например, представляется вполне разумным предположение, что если, скажем, модель собственности в промышленности остается прежней, а динамика развития экономики — постоянной, то и система — отвлечемся от проблем занятости — тоже остается прежней. Никто ведь не предложил считать, что такая страна, как Швейцария, в значительной степени зависящая от банковского дела и финансов, представляет собой совершенно иное общество, чем Норвегия и Испания, где работники сосредоточены в совершенно других сферах занятости. Все три — определенно капиталистические общества, какими бы внешними признаками они ни отличались бы друг от друга.

Разумеется, у Белла и его сторонников есть на это два ответа. Первый вращается вокруг проблемы: какая степень перемен необходима, чтобы прийти к выводу о том, что произошел системный разрыв? Единственный честный ответ здесь: «это вопрос взглядов и разумных доказательств», и я попытаюсь обосновать свое мнение, что системного разрыва не произошло. Во-вторых, надо признать, что Белл, занимаясь анализом трех отдельных «сфер», мог бы ответить, что перемены по одной оси могут свидетельствовать о новом социальном порядке, даже если остальные, никак не связанные с ними измерения продолжают существовать в континууме. *Ipsa facto* его уверенность относительно существования идентифицируемого постиндустриального общества, свидетельством чего являются перемены в сфере занятости и развития информационных технологий, можно было бы и разделить. В следующем разделе я остановлюсь на этом и докажу, что его антихолизм несостоятелен и что вполне можно продемонстрировать существование идентифицируемых континуумов системного характера.

Но прежде чем мы перейдем к этим более существенным аргументам, хотелось бы рассмотреть еще одну причину, по которой сама идея новой постиндустриальной эры кажется подозрительной. Это относится к доводам Белла, которые он приводит, объясняя переход от старого режима к новому. Спрашивая, почему происходят эти перемены, Белл обращается к аргументам, слишком хорошо известным в науках об обществе. И его интеллектуальный консерватизм дает нам основания для скептицизма относительно его заявлений о том, что возникает новое общество.

Позвольте пояснить это. Как мы видели, причина перемен, по Беллу, состоит в том, что рост производительности дает возможность работникам переходить из сельскохозяйственного и промышленного сектора в сектор услуг. Производительность растет благодаря технологическим нововведениям, которые позволяют меньшему числу занятых в сельском хозяйстве кормить нас и меньшему числу промышленных рабочих снабжать нас товарами. Белл пишет: «Технология... является основой роста производительности, а производительность становится трансформирующим фактором экономической жизни» (1973, с. 191). Иными словами, в основе ПИО лежит производительность, поскольку благодаря ей оплачиваются все работники сферы услуг.

Особенно примечательно, что в этом проглядываются на удивление знакомые формы социологических рассуждений, связанных с *технологическим детерминизмом*, который уже давно вызывает большое недоверие у исследователей. В нем содержатся две особенно сомнительные скрытые послышки. Первая: технологии якобы являются определяющими агентами социальных перемен; вторая: технологии сами по себе отделены от мира социального, хотя и оказывают огромное влияние на него. Где же тут, спросят критики, люди, капиталы, политика, классы, интересы (Webster and Robins, 1986, гл. 2)? Можно ли всерьез утверждать, что технологии, будучи двигателями перемен, в то же время совершенно независимы от социальных отношений? Что же тогда происходит с ценностями и силами, определяющими бюджеты на исследования и развитие? С приоритетами корпораций по инвестированию в обновление производства? С предпочтениями правительств, который выбирают именно *этот* проект, а не *тот*?

Здесь большую важность представляет не детальный разбор возражений против технологического детерминизма, а возможность в полной мере оценить интеллектуальный консерватизм Белла. Он опирается на старое положение о том, что технологии являются движущей силой перемен (эти высказывания можно найти у Анри

Сен-Симона и Огюста Конта, которые создавали свои труды на самых ранних стадиях *индустриализации*, в последние годы XVIII в.) и они уже давно подвергаются серьезной критике во всех учебниках по социологии. Такая приверженность исторически отыгранным социологическим построениям заставляет задаться вопросом: как же он сумел определить новизну постиндустриализма?

Другой источник его взглядов только подкрепляет это сомнение. Дело в том, что Белл многое заимствует у Макса Вебера, великого основателя классической социологии, который в конце XIX — начале XX в. писал о происходивших в то время *индустриальных* переменах; в частности, Белл полагает, что величайший вклад Вебера состоит в том, что в своих размышлениях основной акцент он сделал на рационализации. Белл утверждает: мысль Вебера, что «основой западного общества была рационализация» (Bell, 1973, с. 67), означает возрастание роли принципа «больше за меньшее», или «распространение через право морали, основанной на эффективности и учете, «экономизирующего» подхода (максимизация, оптимизация, сокращение расходов, которая прилагалась не только к материальным ресурсам, но и ко всем сторонам жизни» (с. 67). Иначе говоря, рост производительности, происходящий действительно благодаря применению новых технологий, лежит в основе этой рационализации. Для профессора Белла «осевым принципом социальной структуры является *экономизация* — через распределение ресурсов в соответствии с принципами наименьших затрат, взаимозаменяемости, оптимизации, максимизации и т.д.» (с. 12; курсив автора).

И снова мы видим, что Белл предлагает нам удивительно знакомую — и резко оспариваемую — трактовку перемены (cf. Janowitz, 1974). Именно она лежит в основе его положения, что производительность возрастает в связи с технологическими новациями. Белл отказывается от обвинения в технологическом детерминизме. Он утверждает, что причина перемен — гораздо глубже и фундаментальнее, и это — рационализация, скрытая динамика принципа «больше за меньшее». Кришан Кумар, выдающийся критик Белла, уместно замечает:

Почти каждую характеристику Белла постиндустриального общества можно рассматривать как продолжение и переработку мысли Вебера о бесконечном процессе «рационализации в западных индустриальных обществах.

(Kumar, 1978, с. 235)

Казалось бы, можно быть интеллектуально консервативным и при этом удовлетворительно объяснять радикальные социальные перемены, которые ведут к возникновению общества нового типа. По-моему, это возможно, но не в случае Дэниела Белла. Поскольку своими заимствованиями из Вебера и устаревших идей технологического детерминизма он настораживает читателя, повторяя аргументы, которые *сами по себе подчеркивают не разрыв с прошлым, а скорее преемственность*.

Зависимость Белла от тем, которые разрабатывали ученые XIX в., чьей задачей было установить возникновение *индустриализма* и направление его развития, снижает значение его заявления о новизне ПИО. Кроме того, по меньшей мере странно заимствовать аргументы у классиков социологии, которые стремились понять развитие индустриализма, только для того, чтобы продемонстрировать, что теперь они доказывают возникновение нового, постиндустриального общества. И снова Кришан Кумар вполне доказательно пишет:

...теоретики постиндустриального общества, кажется, не отдают себе отчета, насколько важно понять, кто твой учитель в интеллектуальном смысле этого слова. Они явно не понимают, что, будучи так тесно и глубоко связанными с классическим анализом индустриализма, они вряд ли могут достоверно описать переход к новому обществу. В чем состоит новизна, если в обществе по-прежнему доминируют те же основные, определяющие процессы классического индустриализма?

(Kumar, 1978, с. 237)

Подчеркивание роли рационализации ведет Белла по протоптаным дорогам, причем на каждой из них стоят поставленные исследователями предупредительные знаки. И главное тут, что его постулат, будто бы все «индустриальные общества организованы на принципе функциональной эффективности, устремление которой составляет получить «больше за меньшее» и выбрать наиболее рациональный способ действий (Bell, 1973, с. 75–76), неизбежно опирается на *теорию конвергенции* развития, которая не принимает во внимание, или, по меньшей мере, подчиняет рационализации различия в политике, культуре и истории (Kleinberg, 1973). Настаивая на том, что существуют «общие характеристики для всех индустриальных обществ, поскольку технологии повсюду едины, один тип технического и инженерного знания (и соответственно обучения); одина в общих чертах классификация рабочих

мест и трудовых навыков» (с. 75), Белл тем самым утверждает, что все общества следуют одному и тому же графику развития, который *не может не* привести их к ПИО.

С этим связана другая проблема. Белл видит зависимость производительности от социальных структур («экономизирующий» способ жизни в индустриальных обществах) в необходимости поддержания производительности на том уровне, который будет способствовать постоянному развитию сектора услуг; а он, в свою очередь, порождает «социологизированное», или коммунитарное, сознание. Поскольку Белл утверждает, что это сознание является определяющей чертой ПИО и порождает скептическое отношение к чисто экономической отдаче, одновременно нуждаясь в развитии экономики для установления ПИО, он ставит нас перед головоломкой: живем ли мы по-прежнему — пусть и с большим числом работников в сфере услуг — в индустриальном обществе, основой которого остается принцип «больше за меньшее», или же действительно уже преодолели этот порог? Ответить можно только таким образом: вряд ли мы можем говорить о постиндустриальном обществе, если существование и развитие автоматизированной и производительной системы является необходимым условием всех постиндустриальных перемен, которые Белл описывает.

Постиндустриальное общество услуг?

Я с подозрением отношусь к теории постиндустриализма, являющейся производной той социологии, которая разрабатывалась для понимания основных характеристик индустриализма. Я также высказал скептицизм по поводу ПИО, полагая, что нет никаких оснований считать, будто бы большая занятость в секторе профессиональных услуг — а вся информационная деятельность приписывается к этому сектору — должна означать наступление радикально иного общественного устройства. Но мне представляется, что есть еще более веские причины для опровержения описания постиндустриального общества, данного Беллом.

Это может быть понято при более пристальном анализе того, что Белл считает основным признаком возникновения ПИО — роста сектора услуг. В дальнейшем я продемонстрирую *преemptивность* роста этого сектора в противовес постулату Белла о *разрыве* с прошлым. Я сделаю это, воспользовавшись *критикой Гершуни и Майлза* — самых авторитетных критиков Белла, и мы снова поймем, что теория постиндустриального общества не состоятельна.

Резюмируем: профессор Белл приводит неоспоримый аргумент — сектор услуг в экономике растет, в то время как промышленный и сельскохозяйственный секторы сокращаются, и это он считает главным свидетельством наступления постиндустриализма. Отсюда, казалось бы, логически вытекает: сектор профессиональных услуг растет, и, если он обеспечивается достаточным количеством богатства, произведенного благодаря возрастанию производительности и эффективности в сельском хозяйстве и промышленности, то в конце концов все будут трудиться в сфере услуг. А если благосостояние растет благодаря двум первым секторам, значит, экспансии сферы услуг нет предела, поскольку люди только и мечтают о том, куда потратить деньги (что стимулируется увеличением занятости в этой сфере), при том что рабочие места, созданные в сфере услуг, которая ориентирована на человека не подвержены процессу автоматизации. Это заключение Белла основывается на историческом анализе: он приводит данные, говорящие о том, что в 1947 г. чуть больше половины рабочей силы США было занято в сфере производства, а 49% — в сфере услуг, к 1980 г. это соотношение должно было измениться: 32 и 68% соответственно (Bell, 1973, с. 132). Ход событий подтвердил это предвидение, действительно, все данные говорят о том, что занятость в сфере услуг значительно выросла в процентном отношении к общей занятости, и составляет более 70% от общего числа работников. Значит, вроде бы можно поздравить профессора Белла с тем, что он предвидел возникновение нового общества, постиндустриализма, выросшего на основе своих предшественников.

Необходимо, чтобы мы поняли систему доказательств, которая здесь применяется. Белл разделяет занятость на три отдельных сектора — первичный, вторичный, третичный (в самом общем смысле: сельское хозяйство, промышленность, услуги), — но он же и связывает их самым тесным образом. Он доказывает, что сектор услуг *зависит* от производительности в двух первых секторах: сектор услуг потребляет ресурсы, произведенные в первичном и вторичном секторах. Проще говоря, он допускает, что секторы, производящие богатство, должны субсидировать сектор, потребляющий эти богатства. Разумеется, весьма знакомая посылка; например, школы и больницы должны тратить столько, сколько «мы себе можем позволить», пользуясь богатствами, произведенными в промышленности.

Главное, что следует усвоить: Белл не просто берет классификацию по секторам занятости как показатель возникновения постиндустриального общества. Он еще оперирует этиологией, теори-

ей причинности, на которой основываются статистические категории. Часто не формулируется, но подспудно присутствует допущение, что возрастающая производительность в первичном и вторичном секторах является «мотором процесса перехода» (Browning and Singelman, 1978, с. 485) обществ в постиндустриальную эру, где доминировать будет сектор услуг. К несчастью для Белла, эта посылка неверна.

Первая и, по-моему, наименьшая проблема состоит в том, что деление на стадии развития — от доиндустриального к индустриальному, а потом и постиндустриальному обществу, по мере того как возрастающее богатство дает возможность большинству занятых работать в мануфактурной промышленности, а потом в секторе услуг — исторически неоправданно. Преобладание третичного сектора уже в странах третьего мира, которое сейчас считается свидетельством неблагополучия в экономике, доказывает, что для развития сферы услуг нет необходимости в индустриальной базе, кроме того — а это еще более работает против Белла, — мало что свидетельствует в пользу представления о том, что развитые общества переходят от ситуации наибольшей занятости в промышленности к ситуации наибольшей занятости в секторе услуг. Самая разительная перемена произошла в связи с переходом рабочей силы в сферу услуг не из промышленности, а *из сельского хозяйства*. Даже в Великобритании, исторически самой индустриальной стране, доля занятости в промышленности оставалась довольно стабильной — около 45–50% с 1840 по 1980 г., а коллапс промышленности произошел из-за рецессии и правительственной политики в 1980-х годах, а также феминизации рабочей силы, что резко уменьшило число занятых в промышленности до одной трети.

Все сказанное должно доказать, что разговоры об эволюционных сдвигах от одного сектора к другому по меньшей мере сомнительны. Кроме Англии, нигде и никогда большинство населения не работало в промышленности, и даже относительно Англии трудно утверждать, что сферы занятости менялись последовательно. Разумеется, теория постиндустриального общества могла признать более общую практику перехода рабочей силы из сельского хозяйства в сферу услуг, объяснив это «скачком». То есть скорость автоматизации столь велика, что общество может «перепрыгнуть» от доиндустриальной стадии к постиндустриальной на протяжении жизни одного поколения, или же возрастание производительности в сельском хозяйстве и промышленности не связано между собой. Если так, то, даже сохраняя сомнения по поводу формулировки Белла «от товаров к услугам», можно все же разде-

лгать его ключевую мысль о том, что развитие сферы услуг происходит в связи с быстрым ростом производительности в первых двух секторах.

Второе возражение намного серьезнее. Выделенные в особый сектор услуги — это умозрительная категория статистиков, которые занимаются выяснением занятости по экономическим секторам и которым нужно вычлениить все, что не является первичным и вторичным секторами, и описать «корзину самых различных занятий, от недвижимости до массажных и компьютерных салонов, от транспорта и администрирования до индустрии развлечений!» (Gones, 1980, с. 147). Подчеркивание обособленного характера индустрии услуг является лишь условностью классификации, отделяющей третичный сектор от двух остальных, и это вводит в заблуждение. Этот *социальный конструкт* — выделение категории услуг как отдельной, хотя и зависящей от сельского хозяйства и промышленности сферы, — позволяет Беллу, при всей поверхностности его якобы сильных аргументов, утверждать, будто бы сфера услуг будет расти, опираясь на растущую производительность в первичном и вторичном секторах. Однако лишь на чисто теоретическом уровне можно рассматривать сектор услуг как отдельную, хотя и зависящую от двух других сферу.

Это становится очевидным, когда вслед за Гершуни и Майлзом мы попробуем разобраться в реальном значении сектора услуг. Во всех трудах Белла сектор услуг противопоставляется промышленному, нам говорят, что ПИО возникает при повороте от «товаров к услугам», но нам не поясняют, что же такое услуги. Однако

это становится понятным, если провести сравнение с природой товара: товары материальны, их существование имеет продолжительность во времени, они производятся людьми с применением машин, они продаются или же распределяются каким-то иным способом, а далее люди используют их по собственному усмотрению. Услуги, напротив, нематериальны, не имеют долговременного существования, производятся людьми для людей.

(Gershuny, 1978, с. 56)

Теория Белла, которая характеризует ПИО как стадию развития, кардинально отличающуюся от предыдущих, предполагает что работа в сфере услуг является чем-то *противоположным* производству товаров, поскольку именно предоставление услуг (воспринимаемое как «взаимодействие людей», информационное и нема-

териальное) и отличает ПИО от индустриального общества, в котором большинство работников занято производством вещей. Тезис Белла состоит в том, что общество выходит из стадии индустриализма, когда оно имеет достаточно богатства, чтобы тратить его на нематериальные услуги, что, в свою очередь, порождает соответствующую сферу занятости, в которой оказывается большинство работников и которая не производит товары, а скорее потребляет ресурсы, созданные вне этой сферы.

Эта модель общества и социальных перемен неизбежно оказывается под сомнением при более пристальном рассмотрении существования работы в сфере услуг (т.е. при понимании услуг в терминах занятости, а не категоризации по секторам) и реальном соотношении третичного и других секторов.

При более тщательном изучении вопроса становится очевидным, что занятость в сфере услуг, определяемой как отрасль, продукт которой нематериален и эфемерен (Gershuny and Miles, 1983, с. 47), не ограничивается третичным сектором. Бухгалтера, работающего в банке, можно причислить к сектору услуг, бухгалтера, работающего на электронном заводе, — к индустриальному сектору, хотя работа, которую они выполняют, практически ничем не различается. Так и плотник, работающий в колледже или на строительстве, может быть отнесен к разным категориям. Отсюда следует, что такая категоризация не дает четкого представления о типе выполняемой работы и что множество производителей товаров отнесены к сектору услуг, тогда как многие из тех, кто товар не производит, отнесены к первичному и третичному секторам. По расчетам Гершуни и Майлза, более половины роста занятости в сфере услуг является результатом «внутрисекторного роста третичности, а не междусекторных сдвигов» (1983, с. 125).

Предположим, если владелец завода увеличивает число «беловоротничковых» служащих, скажем, в отделе маркетинга, обучения, подбора персонала, то делается это для того, чтобы компания работала более эффективно, совершенствуя маркетинг, обучая рабочих более производительным технологиям, тщательнее подбирая персонал. Все это свидетельствует о большем *разделении труда* внутри сектора, которое требует все больше профессий, связанных со сферой услуг. Гораздо важнее, однако, то, что подобные примеры могут заставить нас отказаться от утверждения Белла, что сектор услуг якобы паразитирует на промышленном секторе. Если мы попробуем определить подобные профессии по всем секторам (менеджеры, клерки, юристы и т.п.), то не сумеем различить, в каком секторе эти профессии производительны, а в каком они потребляют ресурсы, произведенные в другом. Не лучше ли

просто усомниться в таком разделении на секторы, которое предполагает, что один сектор полностью производителен, тогда как другой связан только с потреблением?

Изложенное ставит под вопрос полезность рассмотрения общества на уровне отдельных секторов, однако самое серьезное возражение возникает в отношении сектора услуг как такового. Тогда видно, что значительная его часть вовлечена не в потребление ресурсов, произведенных в промышленности, а, напротив, способствует ее развитию. Гершуни, настаивая на том, что «рост числа занятых в сфере услуг... во многом является отражением процесса разделения труда» (Gershuny, 1978, с. 92), приводит нас к пониманию «системной связи между вторичным и третичным секторами» (Kumar, 1978, с. 204) и соответственно к абсурдности резкого разделения на сферы, как это делает Белл.

Браунинг и Зингельманн, например, относят к «производительным услугам» банковское дело и страхование, которые во многом «отражают рост разделения труда» (Browning and Singelmann, 1978, с. 30). Только надев теоретические шоры, можно рассматривать сектор услуг как полностью отделенный от производительной деятельности. Следующее замечание Гершуни сводит на нет все теоретические построения, которые рассматривают услуги как нечто возникающее из производительности «сектора, выпускающего товары»:

...в связи с третичным сектором важно отметить, что, хотя он прямо и не производит материальных товаров, значительная часть его непосредственно связана с процессом производства в чуть более широком смысле слова. Например, распределительная, дистрибутивная индустрия сама по себе не производит материальных предметов, и все же она неотделима от производства этих предметов — если товары не будут продаваться, они не будут производиться. Также финансы и страхование способствуют развитию производства и приобретению товаров... и, хотя в 1971 г. около половины работающего населения было занято в третичном секторе, лишь менее четверти — 23,1% — оказывали услуги непосредственно потребителю.

(Gershuny, 1977, с. 109–110)

Даже образование, которое вроде бы, по Беллу, является классической услугой, так как не производит, но потребляет ресурсы, обязано своим быстрым ростом потребности общества в систематизации и обучении рабочей силы, в привлечении работников в

исследовательские области, чтобы обеспечить рост производительности и эффективности менеджмента, а также в необходимом числе инженеров и гуманитариев для работы в корпорациях.

Короче говоря, разделение общества на сектор, производящий богатства, и сектор, их потребляющий, или же, в рамках терминологии постиндустриализма Белла, на товаропроизводительный сектор и сектор услуг, есть не что иное, как «героическое свехупрощение» (Perkin, 1989, с. 502). Оно питает предрассудки общественного мнения, но историк Гарольд Перкин по поводу сходного противопоставления язвительно замечает:

Многие представители корпораций полагают, что частный сектор производит богатства, которые общественный сектор поглощает, но это явное заблуждение. С такой же уверенностью можно заявить, что общественный сектор производит и поддерживает — посредством образования и здравоохранения — все те навыки и умения, на которых держится частный сектор. Подобные заявления в сложном взаимозависимом обществе звучат наивно и беспомощно, как «сам дурак» на детской площадке.

(Perkin, 1989, с. 502)

Услуги и производство

Итак, представление о том, что услуги можно с легкостью отделить от другой трудовой деятельности, является ложным. Опираясь на исследования Гершуни и Майлза, критику можно продолжить. В своей книге *The New Service Economy* (1983) Гершуни и Майлз переворачивают теорему Энгеля, они напоминают нам, что, объясняя рост занятости в сфере услуг, Дэниел Белл исходит из логики *ex post facto*.

Вернемся к этому. Белл, отправной точкой для которого служит неоспоримый факт, что в наше время занятость в сфере услуг выросла, оглаadyвается назад и выводит свое заключение из правила Энгеля, которое гласит: если человек становится богаче, он начинает тратить дополнительные доходы на приобретение услуг. И Белл утверждает, что если среди нас так много занятых в сфере услуг, то, значит, люди больше тратят на услуги. На первый взгляд вроде бы верно. Однако это ошибка, и проистекает она из того, что Беллу не удалось узнать, что же в действительности *делают работающие в этом секторе*. Как мы уже видели, работа значи-

тельной части тех, кто занят в сфере услуг, направлена на повышение эффективности производства товаров.

Вторая серьезная проблема связана с тем, что Белл не сумел разглядеть, что люди удовлетворяют свои потребности в услугах, вкладывая деньги в приобретение товаров, а не в наем работников сферы услуг, которые могли бы сделать что-либо за них. Гершуни и Майлз приходят к этому, перевернув формулу Энгеля и задавшись вопросом, не может ли быть, что дело обстоит иначе, что увеличивающееся благосостояние не ведет к возрастанию расходов на личные услуги, поскольку относительно увеличивается оплата труда работников, предоставляющих услуги, и падает цена на бытовую технику, которая становится доступной, что в целом может привести к удовлетворению потребности в услугах посредством приобретения товаров, а не найма соответствующих работников. Говоря конкретнее, когда стандарты жизни повышаются, возрастает и потребность в услугах (пока все по Энгелю), но люди не готовы оплачивать услуги, предоставляемые наемной рабочей силой, когда на рынке можно приобрести товары, позволяющие оказать нужные услуги самим себе; например, человек желает определенного уровня чистоты в своем доме, но он не готов платить уборщице и потому покупает пылесос, чтобы сделать это самому; или человек хочет, чтобы дом его регулярно ремонтировался, но не готов платить малярам и покупает набор товаров из серии «сделай сам», чтобы сделать ремонт своими силами.

Гершуни и Майлз согласны, что формула Энгеля верна и люди действительно желают получать услуги, однако цена услуги, оказанной другим человеком, менее привлекательна, чем цена бытового прибора, который поможет сделать задуманное. В свою очередь, такой потребитель требует услуг в виде товаров, что может оказывать «давление на производство новинок для обеспечения сервисного обслуживания» (Gershuny and Miles, 1983, p. 42), а это означает, что сфера услуг *влияет на саму производительную сферу*. Такие примеры, как автомобильная промышленность и производство бытовой техники, указывают на тенденцию удовлетворения потребностей в услугах посредством приобретения товаров, нежели посредством найма работников. Гершуни утверждает, подкрепляя свои слова внушительными эмпирическими доказательствами, что распространение бытовой техники означает рост «экономики самообслуживания» — практически в противоположность постиндустриальному обществу услуг по Беллу (Gershuny, 1978, с. 81), — которая активно воздействует и на сектор услуг, и на занятость в этой сфере. Он пишет:

...внимательное изучение изменения моделей в сфере занятости и потребления... за последние 25 лет показывает не постепенное возникновение «экономики услуг», а нечто прямо противоположное. Там, где мы могли бы ожидать, в соответствии с постулатами Белла, что увидим значительный рост потребления услуг, мы обнаруживаем явное падение их относительной доли. Вместо приобретения услуг домохозяйства все больше приобретают, точнее инвестируют в товары длительного пользования, которые дают возможность непосредственному потребителю самому производить услуги для себя.

(Gershuny, 1978, с. 8)

Далее, эта бытовая техника «образует фундаментальный ресурс для структурных изменений во всей промышленности» (Gershuny and Miles, 1983, с. 121). «Промышленное производство бытовой техники» (с. 84) служит индикатором того, что авторы, которые еще будут представлены в этой книге, называют потребительским капитализмом, предполагая, что производство товаров и услуг тесно взаимосвязано. Эти авторы делают акцент на известной критике теоретических и методологических посылок Белла: разделение общества на не связанные между собой сферы есть нонсенс. Обращение к истории показывает, что в экономиках западных стран в 1950–1960 гг. доминировали результаты «социальных и технологических инноваций, которые обеспечивали определенный набор сервисных функций, а именно транспорт, бытовые услуги, развлечения» (с. 121). Другими словами, в послевоенных западных странах далеко не «промышленный» сектор обеспечивал прирост богатства (или «товаров»), которое давало бы возможность оплачивать труд работников сферы услуг. *Однако самой активной оказалась отрасль производства бытовой техники, которая отвечала запросам потребителей и могла заменить работников сферы обслуживания.* Теоретические построения Белла не учитывают этого фактора, поскольку разумное объяснение его требует отвергнуть априорное разделение общества на три сферы.

Согласие с критикой Гершуни означает, что мы отказываемся от понятия постиндустриального общества, по Беллу. Этот отказ может оказаться полным, отбрасывающим все — от антихолистической догмы Белла (нет, общества не разъединены, а внутренне связаны) до его главного положения о том, что социальные перемены являются постепенной эволюцией к «экономике услуг». Его объяснения возникающего ПИО исходят из неверных посылок, его описание «заботливого общества» неубедительно, а его уверенность в том, что возможно идентифицировать три отдельных

сектора занятости (которые при этом являются причинно связанными, поскольку сектор услуг зависим от сектора производства товаров), некорректна.

Приходится признать, что рост занятости в сфере услуг, рост числа «белых воротничков» и даже увеличение числа профессий в сфере услуг — что Белл совершенно верно подчеркивал — не означает наступления постиндустриальной эры. Напротив, эти тенденции, все вместе и каждая в отдельности, вполне объяснимы с позиций непрерывности укрепившейся и взаимозависимой социально-экономической системы. Более того, при том что все эти сдвиги и перемены действительно приводят к увеличению количества информации и информационной деятельности, было бы ошибкой утверждать, что возникло постиндустриальное информационное общество.

К этому последнему замечанию я хотел бы добавить кое-что еще. Легко согласиться с тем, что в современных обществах намного больше информационной деятельности, чем когда-либо прежде. Это, собственно, и есть отправная точка данной книги. Как мы уже видели, Белл приписывает увеличение информационной деятельности росту занятости в сфере «личных» услуг. Однако нетрудно было продемонстрировать, что, *contra* Белл, реальная экономика является *интегрированной*, и соответственно не столько сектор услуг поглощает ресурсы товаропроизводящего сектора, сколько значительная часть сектора услуг способствует развитию товаропроизводящего сектора. В таком случае возникает вопрос о значении информации и информационной деятельности в настоящее время.

Считается, что мы видим повышение роли информационной деятельности в коммерции, понимаемой в самом широком смысле слова. Некоторые комментаторы полагают, что экономика — не только сельское хозяйство и промышленность, но и все ее отрасли, которые вносят свою долю в ВВП (а может, и прочие) — испытывает ныне особо острую потребность в информации, более насущную и настоятельную, нежели потребность в работниках сектора услуг, на которой делает акцент Белл. Иначе говоря, *производительные услуги* (такая информационная деятельность, как банковское дело, работа по исследованию и развитию, рекламное дело, предоставление данных в режиме он-лайн, компьютерное программное обеспечение, консультирование по менеджменту) — действительно ключевые показатели экономической активности. Как показывает Гершуни, именно они, возможно, способствуют развитию экономики в более широком смысле, что и выдвинуло информацию в последние десятилетия на первый план. Так думает и политический экономист Билл Мелоди. Он пишет, что

информационные продукты и услуги больше потребляет промышленность, нежели население... Нам надо признать... что информация... является фундаментальным фактором в современной экономике. В основе переструктурирования всех отраслей промышленности и создания глобальной информационной экономики лежит изменившаяся роль информации.

(Melody, 1991, с. 2)

В дальнейшем мы познакомимся с другими учеными, которые, возражая против теории постиндустриального общества услуг, соглашались все же с тем, что информация и информационная деятельность в конце XX в. заняли стратегически более важные позиции в экономике, в социальной жизни и, конечно, в политике.

Теоретическое знание

Основания постиндустриальной модели Белла не надежны. Если так, то будет несостоятельной и постановка знака равенства между постиндустриальным и информационным обществом: поскольку его утверждение, что ПИО определяется возросшей ролью работы профессионалов, «белых воротничков» в секторе услуг, неверно, то рушится его постулат, что постиндустриализм является адекватным отражением информационной эры. И главное — нет никаких признаков *разрыва* с предыдущими обществами, дело, скорее, обстоит наоборот. Как отмечает Кришан Кумар, «направления развития, выделяемые теоретиками, являются экстраполяцией, усилением и объяснением тенденций, совершенно очевидных с самого начала развития индустриализма» (Kumar, 1978, с. 232). Поскольку это так, мы должны отказаться от идеи постиндустриализма как средства для понимания нынешней роли информации. Мы по-прежнему стоим перед бесспорным фактом, что в развитых обществах стало гораздо больше работы, связанной с информацией, хотя этого факта и недостаточно, чтобы утверждать, будто она сама по себе порождает новый тип общества. Как нельзя объявлять о возникновении нового общества только потому, что выросла занятость в сфере информации, так нельзя утверждать, что возросшее количество информации само по себе свидетельствует о возникновении нового общества.

Однако, хотя мы не можем согласиться с тем, что информация сама по себе создает новый тип общества таким образом, как это видит Белл, в его взглядах на информацию есть и другие ас-

пекты, которые заслуживают внимания. Описывая постиндустриальное общество, Белл отмечает не только возрастание количества информации как результат роста занятости в секторе услуг. Есть и другая, качественная характеристика информации в ПИО. По определению Белла, «осевым принципом» общества становится *теоретическое знание*. Действительно, хотя рост числа специалистов свидетельствует о росте числе людей, которые используют теоретическое знание и вносят в него свой вклад, здесь мы уже имеем дело не с чисто количественным — при том, что он легко поддается измерению (количество юристов, научных работников и т.д.) — феноменом. Это и есть та характеристика ПИО, которой оно разительно отличается от других обществ и которая ведет к серьезным последствиям. Даже не совсем понятно, как она сочетается с другими характеристиками ПИО, по Беллу (изменения в сфере занятости, секторные сдвиги и т.п.), поскольку центральное место теоретического знания в ПИО не требует от него, хотя бы в принципе, больших перемен в характере занятости и, разумеется, самого труда.

Однако оно имеет грандиозное значение для всех аспектов жизни. Белл считает, что «кардинально новое сейчас — это кодификация теоретического знания и его ключевая роль в инновациях как в сфере создания новых знаний, так и в сфере производства товаров и услуг» (Bell, 1989, с. 189). На этом Белл строит описание

постиндустриального общества [как] общества знания, [потому что] источником новаций все в большей и большей степени становится работа по исследованиям и развитию (проще говоря, в связи с центральной ролью *теоретического [sic]* знания возникли новые отношения между наукой и технологией).

(Bell, 1973, с. 212)

Сущность теоретического знания станет понятнее, если сравнить ПИО с индустриальным обществом. В прошлом изобретения делались главным образом талантливыми самоучками, которые, столкнувшись с какой-либо практической проблемой, старались разрешить ее методом проб и ошибок, эмпирически. Вспоминается, к примеру, Джордж Стивенсон, изобретатель паровоза: он столкнулся с практической задачей — доставлять уголь из шахт, расположенных вдали от рек, — и, решая ее, изобрел поезд, который шел по рельсам на паровой тяге. Или Джеймс Уатт, чей двигатель стал результатом его попыток улучшить модель Томаса Ньюкомена. А в начале XX в. у нас был Генри Форд, талантливый пионер автомобилестроения, который не получил настоящего инженер-

ного образования, зато природа наградила его ненасытным любопытством и завидной практической сметкой.

ПАО, напротив, характеризуется «главенством теории над эмпирическим опытом и кодификацией знания в абстрактные системы символов, которые могут быть использованы для того, чтобы пролить свет на различные и разнообразные сферы практического опыта» (Bell, 1973, с. 20). Это означает, что предпосылки инноваций теперь лежат в сфере теоретических принципов; например, информатика берет свое начало в работе Алана Тьюринга «О вычислимых числах с приложением к проблеме разрешимости», которая устанавливает принципы двоичного счисления, и в чрезвычайной миниатюризации электронных схем, которую сделали возможной разработки в физике. И несколько пугающие потенциальные последствия геной инженерии связаны с идентификацией и кодификацией набора человеческих генов, что привело к созданию амбициозного проекта «Геном человека». Как пишет Белл, производство в ПАО «в первую очередь зависит от теоретических разработок, предшествующих процессу производства» (1973, с. 25).

Нам предлагается думать, что теория играет первостепенную роль не только в области технологических новаций, но и в экономике и общественной жизни. К примеру, правительства проводят политику, которая основывается на теоретических моделях экономики. Модели могут разными — кейнсианская, монетаристская, экономика предложения и т.д., — но все они представляют собой теоретические рамки, в которых министры изо дня в день принимают решения. Можно найти примеры главенства теории в решении социальных проблем, скажем, при выстраивании образовательной и здравоохранительной систем, когда эксперты делают выводы, основываясь на теоретических моделях семьи, разнообразия образов жизни и демографических тенденций. Полезно бросить взгляд и на современную политику, нацеленную на решение экологических проблем. Чуть ли не сразу становится ясно, что эта политика не является непосредственным ответом на насущные проблемы (утечки нефти в море, опустынивание). Такого рода вещи учитываются, разумеется, однако есть цели, которые ставятся на основе теории устойчивости экосистем. Таким образом, дискуссии по проблемам экологии постоянно подпитываются теоретической информацией по таким вопросам, как рост населения, рыбные запасы и состояние озонового слоя. Практическую политику невозможно представить без опоры на подобного рода теоретические модели, и, скажем, реакция на слишком дождливое или слишком жаркое лето в Великобритании становится понятной только в контексте долгосрочных теоретических моделей вроде вероятности и возможных последствий

глобального потепления. Конечно, подобные модели в настоящее время еще не отработаны и приблизительны, но уже то, что имеется, дает нам возможность понять: теоретическое знание, не будучи ни в коей мере «абсолютной истиной», все же играет решающую роль в нашей жизни. Бесспорно, теоретическое знание, которое мы используем, зачастую отнюдь не точно, но тем не менее теоретическое знание служит предпосылкой наших действий. Если прежде действия были ответом на практические запросы (технические проблемы, социальные сложности), теперь значительная часть жизни организована на основе теорий поведения, на абстрактных, обобщенных принципах.

Белл полагает, что это изменение ведет к серьезным последствиям. Быть может, более серьезным, чем приоритет теории во всех сферах, который делает ПИО способным планировать и, следовательно, контролировать будущее в гораздо большей степени, чем предшествующие общества. Эта способность, конечно, соответствует предрасположенности специалистов к организации и планированию жизни. Кроме того, теоретические знания стали более доступными благодаря информационным технологиям. Компьютеризация позволяет не только управлять «организованной сложностью», но и благодаря программированию создавать «интеллектуальную технологию» (Bell, 1973, с. 29), которая включает в себя знания (правила, операции и т.д.) и, в свою очередь, способствует инновациям, основанным на теоретическом знании.

Такой взгляд на теоретическое знание — это, бесспорно, захватывающая идея, она прежде всего определяет новое общество как общество, которое основывается на порождении и использовании информации (знания). Если исходная точка развития — теория, а не потребность удовлетворять практические нужды, тогда можно утверждать, что знание становится признаком нового общества. Более того, сейчас мы говорим уже не о возросшем числе «белых воротничков» и растущих количествах битов информации, мы говорим о новом фундаментальном принципе общественной жизни.

Тем не менее наибольшая трудность состоит в том, чтобы определить хотя бы с некоторой степенью точности, что понимается под теоретическим знанием (Kumar, 1978, с. 219–230). Теория представляет собой набор абстрактных, обобщенных правил, законов и операций, в теоретической области может быть достигнуто согласие, которое движет теорию вперед, особенно в научной сфере; кодифицированная в текстах теория изучается будущими практиками, которые будут применять ее в своей работе. Этот принцип вполне естественно может считаться ключевым не только в проектах по исследованиям и развитию, имеющих первостепенное

значение для инноваций, но он также совершенно очевиден и в таких областях, как архитектура, проектирование, строительство, пищевая промышленность и даже моделирование одежды.

Однако есть аналитики, которые готовы «растянуть» понятие теоретического знания до гораздо больших пределов и приводить свои заключения как свидетельство существования общества, основанного на знании. Сюда, к примеру, можно было бы отнести обучение законодательству, основам социального обеспечения, бухгалтерии значительного числа «белых воротничков»: для некоторых это служит признаком приоритета знания в современном мире. И правда, можно утверждать, что высшее образование нацелено в основном на передачу теоретического знания. В конце концов в Великобритании стало уже общим местом, что быстрый переход к массовому высшему образованию (около 30% в каждой соответствующей возрастной группе) был определен потребностью в обеспечении необходимого числа людей, способных работать в «обществе знаний». Подобного рода передаваемые знания, несомненно, являются кодифицированными, абстрагированными от практического применения и даже поддающимися обобщению, хотя они принципиально отличны от теоретического знания в таких науках, как химия и физика.

Нико Штер (1994) именно таким образом увеличивает поле теоретического знания, постулируя, что мы уже находимся в «обществе знания»; он доказывает, что знание — важнейшая составляющая нашего образа жизни. Что бы мы ни делали — изобретали новые технологии, производили товары ежедневного потребления или вопрошали о смысле собственной жизни, — мы обращаемся к теоретическому знанию, используя огромное количество накопленных сведений, которые помогут нам разобраться, где же, собственно, мы находимся.

Мы довольно долго говорили об идее теоретического знания, но это может оказаться полезным, поскольку Штер подхватывает темы, затронутые в работе социолога-теоретика Энтони Гидденса, которая заслуживает внимания (о Гидденсе я буду говорить подробнее в главе 8). Штер предлагает тройственную типологию развития знания: знание *содержательное* (просвещенческий идеал знания, необходимого для понимания), *продуктивное* (применяемое в промышленности) и *действенное* (тесно связанное с производством и включающее, например, особые приемы и оказывающее влияние на повседневную деятельность человека). Последняя форма очень близка Гидденсу, когда он подчеркивает то, что он называет *интенсифицированной рефлексивностью* жизни в «позднем модерне». Гидденс обращает особое внимание на то, что вся исто-

рия модерна — это история постепенного освобождения людей от уз природы и ограничительных форм сообществ, когда человек действовал, как ему предопределено судьбой, это история движения к тому, что отдельные люди и группы людей делают выбор своей индивидуальной или коллективной судьбы в обстоятельствах «промышленной неопределенности». То есть мир рассматривается не как нечто заданное и неизменное, напротив, он поддается изменениям и зависит от решений людей. Предпосылкой для этих личных и коллективных решений служит постановка вопросов перед собой и коллективом, иначе говоря, рефлексивность, которую не следует воспринимать как самопоглощенность. Наоборот, она предполагает открытость к идеям, информации и теориям, поступающим из самых разных сфер, они рассматриваются, инкорпорируются обществом, и на их основе принимаются решения.

Главное здесь, что «посттрадиционное» (Giddens, 1994) общество, характеризуемое интенсифицированной рефлексивностью отдельных его представителей и институций, построено на информации (знании). Разумеется, часть этого знания имеет локальное или частное значение (например, чья-то биография или же тщательные записи продаж и складированной продукции некой компании), но в основном это знания абстрактные, получаемые из электронных медиа и других, прежде всего образовательных, учреждений. Если согласиться с аргументом Гидденса, что мы уже живем в эпоху высокого модерна, в котором рефлексивность играет как никогда важную роль, то, вероятно, следует согласиться и с тем, что информация и знание в современной жизни имеют особое значение. Мир выбора, как индивидуального, так и коллективного, опирается на доступность и воспроизводство подробной и многообразной информации. Если вслед за Гидденсом признать, что мы живем в эпоху интенсифицированной рефлексивности, на основе которой мы создаем материальные и социальные условия своей жизни, то следует согласиться, что все это требует сложнейшей и развитой информационной окружающей среды. Возможно, это не тот самый тип теоретического знания, о котором говорил Дэниел Белл, но поскольку оно абстрактно и кодифицировано, оно может быть включено в эту достаточно широкую категорию.

Тем не менее есть причины, по которым мы все же усомнимся, что новое информационное общество следует описывать подобным образом. Да и сам Энтони Гидденс этого, собственно, не делает. Подчеркивая, что «мир интенсифицированной рефлексивности — это мир умных людей» (Giddens, 1994, с. 7), он все же не расположен представить этот мир, как нечто иное, нежели про-

должение долгосрочных тенденций. Жизнь сегодня действительно намного более информационно насыщена, но этого недостаточно, чтобы делать далеко идущие выводы о том, что мы живем в обществе нового типа.

Кроме того, Гидденс испытывает сомнения относительно новизны теоретического знания. В 1981 г. он отметил, что «нет ничего специфически нового в применении “теоретического знания”... На самом деле рациональность техники... является первичным фактором, который с самого начала отличал индустриализм от предыдущих укладов» (Giddens, 1981, с. 262). Если так, то мы опять оказываемся перед той же проблемой: как определить новизну общественного уклада, в котором теоретическое знание стало преобладающим фактором?

Это возражение Гидденса ставит главный вопрос: что аналитики понимают под теоретическим знанием? Как явствует из приведенной цитаты, Гидденс ощущает, что для концепции классика социологии Макса Вебера относительно формальной рациональности, которая лежит в основе целенаправленного действия (и наиболее ярко проявляется в росте бюрократических структур), достаточно одного определения. В конце концов в него входят абстрактные и кодифицированные принципы, правила и распорядок (вся бюрократическая машина в целом), и оно предполагает, что участники команды должны обладать абстрактным знанием (о том, как функционирует бюрократическая машина). В этом смысле теоретическое знание есть всего лишь знание бюрократических правил и процедур. А если так, что же тут нового? В таком случае роль знания в ПИО — быть продолжением и ускорением тенденций, которые определил индустриализм. И мы опять задаемся вопросом относительно новизны ПИО.

Приходится в более широком смысле взглянуть на неточность понятия теоретического знания. Одно дело, если приоритет теоретического знания подразумевает знание естественно-научных принципов (точка кипения воды, электропроводимость материалов и т.д.), которые кодифицированы в текстах. И совсем другое дело, если теоретическое знание включает в себя гипотетические модели, такие как соотношение инфляции и безработицы, бедности и шанса на успех, классовой принадлежности и возможности получить образование. Быть может, отличия между этими видами теоретического знания состоят лишь в степени, однако существенная разница между ними остается. Если же теоретическое знание понимается, как особое положение экспертного знания в управлении системами услуг (водопроводные сети, переработка мусора, контроль за воздушными полетами, телефонная сеть), которое осуществляется на ос-

нове постоянного мониторинга этой деятельности, постоянно реорганизуемых принятых норм (токсичности, загрязнения окружающей среды и т.п.), то мы уже имеем дело с чем-то другим. И опять же совсем иное, когда теоретическое знание понимается как тенденция ко все развивающейся рефлексивности индивидов и институций, на основе которой формируются дальнейшие действия. И, наконец, нам потребуется другая дефиниция теоретического знания, если мы будем определять его — что часто и делается — широтой распространения сертифицированного образования. Из-за такой разницы в подходах хочется проявить осмотрительность и не соглашаться с тем, что теоретическое знание служит мерилom, с помощью которого можно определить информационное общество, хотя приоритетность теории отчетливо характеризует историю последнего времени.

Резюме

Несколько лет назад Дэниел Белл начал заменять термин «постиндустриализм» термином «информационное общество». Но это ничего не изменило в его анализе — его «информационное общество» по всем характеристикам есть то же самое, что «постиндустриальное общество». Однако в этой главе мы рассмотрели его концепцию и пришли к выводу, что она несостоятельна.

Бесспорно, информация и знание — как и все технологические системы, сопровождающие «технологический взрыв», — в количественном отношении получили значительное распространение. Нетрудно согласиться также и с тем, что они стали играть ключевую роль в бытовом поведении людей, живущих в современных обществах. Тем не менее мы не увидели ни одного убедительного свидетельства или доказательства того, что все это означает возникновение нового общества, резко отличающегося от прежнего. Если эта критика верна, тогда все разговоры о том, что развитие информационной сферы означает наступление «постиндустриального общества», не должны приниматься во внимание.

В этой главе было показано, что деление, по Беллу, общества на различные сферы, а потом и экономики на различные секторы занятости — а это принципиально для его модели постиндустриального общества — при ближайшем рассмотрении терпит крах. Да, рост повсюду: в секторе услуг, «беловоротничковой» работе, числе профессионалов, и все эти люди в большей степени связаны с использованием, хранением и обработкой информации, но, как мы видели, нет никаких оснований, чтобы интерпретировать эту экспансию вследствие большего богатства, перетекающего из «товаропроизводящего» сектора в сектор потребления. Напротив,

сектор услуг расширился, с тем чтобы поддерживать и обеспечивать устойчивую, взаимосвязанную экономику (и, разумеется, более широкие политические и культурные связи). *Не существует нового постиндустриального общества: рост занятости в сфере услуг и соответствующее развитие выдвигают на первый план преимущество настоящего по отношению к прошлому.*

По тем же причинам большее количество информации и возросшее число информационных работников, которое так поражает некоторых энтузиастов, что они считают этот фактор разительно отличающим настоящее от прошлого, не могут рассматриваться как признак новой социальной системы. Кришан Кумар прямо говорит, что «одно дело согласиться с возросшей ролью информационных технологий, даже с тем, что произошла информационная революция, и совсем другое — согласиться с идеей новой промышленной революции, нового типа общества, новой эры» (Kumar, 1992, с. 52).

Мысль Белла о теоретическом знании, аналитически и, возможно, сущностно отделяемом от количественных факторов, о которых шла речь, обладает большей привлекательностью, нежели его определения постиндустриализма как поворота от производства к услугам. Поскольку теоретическое знание предполагает качественное изменение, влекущее серьезные последствия для планирования и контроля над общественной сферой, эта идея захватывает каждого, кто интересуется социальными переменами и значением информации (знания) в современном мире. Интуитивно читатель ощущает правоту Белла, хотя эта мысль осталась до конца им не развитой и занимает явно второе место, уступая первенство вопросам занятости. В трудах Белла она прописана слишком общо, чтобы ее можно было применить для анализа, или, говоря точнее, она вызывает сомнения по поводу новизны и значимости этого феномена. Тем не менее, на мой взгляд, это самый интересный и убедительный аргумент в пользу того, что мы живем в информационном обществе.

Разумеется, есть факт: мы живем в мире, где возросло количество информации и связанной с ней деятельности, которая составляет существенную часть организации быта и труда. Под каким углом зрения ни посмотри на эту проблему, роль информации резко возросла. Вполне понятно, что социологи стремятся объяснить и просчитать это изменение. И здесь мы приходим к выводу, что оно не может быть интерпретировано в «постиндустриалистской» терминологии профессора Белла. У него не получается навязать звание постиндустриализма информационному обществу. И если мы хотим понять значение информации и ее распространения, нам придется поискать ответ где-то в другом месте.

4

ИНФОРМАЦИЯ, РЕСТРУКТУРИЗАЦИЯ И ГЛОБАЛИЗАЦИЯ

Мы живем в беспокойное время. Конечно, каждое поколение легко проникается уверенностью в том, что такой взрывоопасной эпохи никогда прежде не было, и поэтому вполне оправдан некоторый скептицизм, когда слушаешь тех, кто провозглашает наступление «второй промышленной революции». И все-таки что-то особенное, несомненно, происходит в наше время. Беспристрастные авторитеты отмечают исключительность переживаемого нами периода. Например, Эрик Хобсбаум полагает, что после 1975 г. происходили «величайшие, самые быстрые и фундаментальные перемены во всей письменной истории» (с. 8). Общеизвестен факт, что устоявшиеся отношения подвергаются сейчас большим изменениям и, кроме того, темп этих изменений выше, чем был когда-либо в истории. Возьмем тему занятости. Еще не так давно дети рабочих в английских промышленных районах, таких как Южный Уэльс и северо-восток страны, могли быть уверены (пусть даже и не испытывая по этому поводу радости), что последуют за своими отцами в шахты, на судостроительные, металлургические заводы. Эти рабочие места, количество которых уменьшилось в 1960-х и 1970-х годах, в 1980-х практически исчезли. Рабочие места теперь либо создаются правительством, либо открываются в туристическом бизнесе, индустрии отдыха и услуг. И никто не думает, что мы можем вернуться к прежней закономерности. Профессия шахтера скоро будет казаться таким же анахронизмом, как и работа прядильщицы шелка в Спиталфилде.

С 1945 г. мы привыкли жить в мире, разделенном на два лагеря. Но события 1989 г. положили этому конец самым быстрым политическим сдвигом за весь XX в. в результате крушения коммунистических режимов (исключением остается Китай с его странной комбинацией авторитарного коммунизма и поддержки свободного рынка). В течение нескольких месяцев исчезло все то, что казалось таким устоявшимся. Новые «переходные» экономики, такие как на Украине, в Эстонии и Болгарии, пережили грандиозный

сдвиг и состояние неуверенности, и хотя никто не может сделать долгосрочного прогноза их будущего, все же нельзя представить, что они вернутся в прошлое.

В социальном плане мы периодически переживали большие потрясения, которые затрагивали островную Британию, особенно ее центры — Лондон, Ливерпуль, Бирмингем, Брэдфорд, Бристоль и даже тихий пригородный Хай-Вайкомб. Подобные события происходили и в других уголках мира от Парижа до Лос-Анджелеса. Менее драматические, но, быть может, не менее тревожные перемены коснулись и личных отношений, что отразилось на форме семьи (социологи любят называть это «семьями по выбору», включая сюда гомосексуальные и лесбийские отношения, сожитительство и повторные браки) и на отношении родителей к детям: возросло беспокойство родителей по поводу воспитания своих чад (и пасынков, что становится все более обычным). Стражи морали сколь угодно могут кричать «назад, к основам», но мало кто верит, что легко побороть городскую преступность или возродить семью по типу «пока смерть не разлучит нас», если дети уже выросли.

Все эти перемены нетрудно осознать благодаря эффективной работе масс-медиа, число которых постоянно растет и которые стали доступнее, чем когда-либо. Каждый день телевидение вещает о политической нестабильности, экономических и социальных проблемах. Поскольку телевизор есть в каждом доме, а кроме него еще и несколько радиоприемников, а также журналы и газеты, платные и бесплатные, люди соглашаются — и это неудивительно — с тем, что происходят кардинальные перемены и что темп их возрастает. Ведутся, конечно, серьезные дискуссии о смысле этих перемен, однако их масштаб и скорость не становятся предметом споров.

Люди узнают о переменах главным образом из средств массовой информации. Это наводит на мысль, что ключевой характеристикой сдвига оказалась информация и соответственно технологии, которые оперируют ею, обрабатывают и передают. Да и сами СМИ претерпели радикальные изменения благодаря новым способам сбора и передачи информации — от легких видеокамер, которые сделали доступными те места, куда раньше журналистам проникнуть было трудно, до спутниковой связи, позволяющей передавать изображение на несколько тысяч километров за считанные минуты. Весь мир мог видеть, как пала Берлинская стена, как Борис Ельцин предотвратил попытку государственного переворота в Москве и как распалась бывшая Югославия. Высокая концентрация символов вокруг человека — книги, брошюры, радио, те-

левидение, видео, Интернет — означает также, что информация по таким вопросам, как сексуальные отношения, сексуальное удовлетворение и проблемы, связанные с сексом (от ожидаемого поведения до эпидемии СПИДа), стала более доступной, чем прежде, и это неизбежно закрепляется в нашем сознании.

Но возрастание количества информации в условиях нынешних перемен означает много больше, чем простое увеличение количества «посланий» для публики. Например, появилось много новых, информационно насыщенных, если можно так выразиться, профессий, которые требуют не навыков ручного труда и физических усилий, а умения говорить, писать, рассказывать, что можно прекрасно проиллюстрировать на примере бывших шахтеров, которые теперь работают экскурсоводами и показывают восстановленные шахты посетителям промышленных музеев вроде Бимиша в графстве Дерхэм. Известно, что развитие ИКТ усиливает тревогу и сумятицу в умах: применение компьютеров в фабричном производстве означает, что увеличения рабочих мест там ожидать не придется, в будущем же появятся другие рабочие места, которые потребуют компьютерной грамотности. Более того, компьютеризация ускоряет постоянные перемены здесь и сейчас, а значит, в будущем произойдет еще бóльшая адаптация рабочей силы к новым условиям. Распространение телекоммуникаций по всему миру означает не только то, что стало легко общаться с друзьями и родственниками на всей планете, если где-то неподалеку есть телефон, Интернет-кафе или компьютерный терминал, но и то, что экономические и политические стратегии могут, точнее должны, разрабатываться и осуществляться с учетом глобальных факторов.

Весьма трудно судить, сколько информации и информационных технологий вызывают эти грандиозные изменения или хотя бы коррелируют с ними, однако никто не спорит с тем, что перемены происходят глубинные, что они идут широким фронтом, набирая темп в последние десятилетия и что информация является составляющей этого процесса.

Исследователями предпринимались многочисленные попытки объяснить крупномасштабность перемен, о некоторых из них мы уже говорили, другие рассмотрим в следующих главах. Одни авторы думают, что в данный момент мы находимся на переходном этапе от *индустриального* к *постиндустриальному* обществу, полагая вместе с Дэниелом Беллом и его сторонниками, что этот поворот связан с переходом от промышленного общества к обществу услуг; другие — Зигмунт Бауман, к примеру, — обозначают это как переход от *модерна* к *постмодерну*; для Скотта Лэша и Джона Юрри (Lash and

Уггу, 1987) это движение от *организованного* к *дезорганизованному капитализму*; для Фрэнсиса Фукуямы (Fukuyama, 1992) поворот обнажает всего лишь «конец истории», полную победу *рыночной экономики* над обанкротившимся *коллективистским* экспериментом. Каждый из этих ученых стремится объяснить одни и те же феномены, делая различные акценты и, разумеется, совершенно по-разному интерпретируя их смысл и значение.

В этой главе я хотел бы сосредоточиться на ученых, которых — хотя бы с аналитической целью — можно было бы разделить на два взаимосвязанных лагеря; представители одного из них предполагают, что понять современное развитие можно с точки зрения перехода от *фордистского* к *постфордистскому* обществу, в другом же считают, что мы оставляем позади период *массового производства* и входим в общество, где доминирует *гибкая специализация*. По-моему, обе эти позиции можно отнести к системным и самым влиятельным точкам зрения на современные социальные, экономические и политические перемены.

Следует отметить, что внутри каждой из этих школ существуют резкие разногласия. Далее я попытаюсь охарактеризовать разнообразие взглядов, придерживаясь при этом аналитических рамок своей работы. Рассматривая заявленный переход от фордизма к постфордизму, я собираюсь сосредоточиться на идеях, исходящих из так называемой теории *школы регулирования*. У ее истоков стоят Ален Липиц (Lipietz, 1987), Мишель Альетта (Aglietta, 1979, 1998) и Робер Буайе (Boyer, 1990), хотя я буду обращаться и к другими аналитикам, главным образом Дэвиду Харви (Harvey, 1989b), Скотту Лэшу и Джону Юрри (Lash and Urry, 1987, 1994), которые также определяют основные черты происходящих в обществе перемен. Когда же я обращусь теоретикам гибкой специализации, я сфокусирую внимание на самом значительном опубликованном труде — *The Second Industrial Divide* Майкла Пайора и Чарльза Сейбла (Piore and Sabel's, 1984).

Представить эти теории во всей полноте — задача неподъемная для одной главы, и потому, описывая их, я неизбежно буду прибегать к упрощениям. То есть особое внимание я буду обращать на роль и значение информации в переменах и их интерпретациях. Я делаю это не только потому, что информация — тема моей книги, и не только потому, что информация, как мы увидим, находится в центре положений о предполагаемой смене типов общества, но и потому, что это позволит лучше оценить важнейшее место информации и ее особые формы в современном мире.

Теория школы регулирования

Теорию школы регулирования создала группа французских интеллектуалов, которые ранее испытали на себе влияние марксистских экономических идей, хотя некоторые из тех, кто сделал основной вклад в эту теорию, в особенности Мишель Альетта, отделились от нее, а другие, например Ален Липиц, пришли к этим взглядам, стремясь ответить на вызовы экологического движения. Однако теория школы регулирования все-таки сохраняет тесную связь с марксистской традицией, по крайней мере, в одном отношении: она стремится объяснять социальные отношения *холистически*, стараясь выявить самый общий характер каждого исторического периода. Соответственно она также делает акцент на том, *как связаны между собой* характеристики, придающие обществу устойчивость и длительность. Эти ученые никогда не будут сосредоточивать свое внимание, скажем, на одних лишь технологических инновациях на рабочем месте и в доме, видя в этом лишь средство понимания перемен. Они вовсе не игнорируют этого явления, однако оно должно быть в контексте других элементов, таких как роль государства, классовый состав, корпоративные тенденции, модели потребления, изменившиеся гендерные отношения и иные характеристики функционирующей системы.

Школа регулирования поставила фундаментальный вопрос: каким образом капитализм обеспечивает себе длительное существование? Как система, предпосылками которой являются успешное извлечение прибыли и непрерывная экспансия капитала, остается стабильной? Или, в терминах школы регулирования, как обеспечивается капиталистическое накопление? Разумеется, можно было бы сказать, что любой системе, постоянно находящейся в движении — а капитализм, бесспорно, таков, — присуща нестабильность, и потому по меньшей мере странно желание школы регулирования найти основания стабильности динамической экономики (Sayer and Walker, 1992). Основатели и последователи этой школы не спорят с тем, что нестабильность есть неотъемлемая часть капиталистических отношений, и легко соглашаются с тем, что наемные работники всегда будут хотеть от работодателей большего, чем те хотят дать им, что конкуренция между фирмами означает постоянную необходимость инноваций, что поглощение и слияние компаний — тоже неотъемлемая часть экономической жизни. И все-таки они задают вопрос: как удастся капитализму продолжать свое существование, несмотря на все эти источники напряжения? Другими словами, школа регулирования пытается определить способы, которыми нестабильность управляется и поддерживается так,

что в ходе постоянных перемен достигается непрерывность. По важности, которую они придают этому вопросу, можно подумать, что они стремятся представить альтернативу неоклассическим теориям всеобщего экономического равновесия*.

Ученые школы регулирования намерены изучить *режим накопления*, который превалирует в тот или иной период. Под этим подразумевается, что необходимо идентифицировать доминирующую организацию производства, пути распределения доходов, секторы экономики и способы потребления. Они также стремятся объяснить способы регулирования, под которыми они понимают «нормы, привычки, право, регулирующие сети и все остальное, что обеспечивает процесс [накопления]» (Lipietz, 1986, с. 19). Этот процесс, который можно было бы назвать «правилами игры», приводит нас к рассмотрению того, каким образом достигается социальный контроль — от правовых установок до политики в области образования.

Приверженцы школы регулирования ставят своей целью изучить отношения между режимом накопления и способом регулирования, однако на практике большая часть исследователей школы фокусируются на способе накопления и, в частности, на изменениях его составляющих. Они убеждены, что примерно с середины 1970-х годов постоянный кризис, который всем нам в большей или меньшей степени знаком (рецессия, безработица, банкротства, нарушения в сфере труда и т.п.), был преодолен установлением нового режима накопления, сменившего собой тот режим, который обеспечивал стабильность в течение долгого периода после Второй мировой войны. То есть фордистский режим накопления, дававший обществу устойчивость в период между 1945 г. и серединой 1970-х годов, далее стало невозможно поддерживать, и он, пусть неохотно, с заметными срывами, уступает место постфордистскому режиму, который, возможно, восстановит «здоровье» капиталистического предпринимательства и будет его поддерживать в дальнейшем.

* Школа регулирования в такой степени разделяет эту проблематику, что можно подумать, будто эта теория, вроде бы критически оценивающая капитализм и во многом вытекающая из концепций и понятий марксистского учения, очень хорошо укладывается в консервативные рамки. В конце концов если кто-то стремится объяснить, каким образом капитализм поддерживает свое существование, то не равнозначно ли это отрицанию марксистского тезиса о том, что капитализм революционным путем будет заменен социалистическим порядком? Конечно, в теории школы регулирования есть что-то от функционализма, который, определяя, каким образом порядок сохраняется при капитализме, отчасти обходит острые углы этой системы.

Далее я постараюсь провести различия между фордистским и постфордистским режимами накопления, пожертвовав описанием способов регулирования. Предупреждаю читателя, что его ожидает неполное изложение (Hirsch, 1991). Когда же читатель дойдет до описания попыток создать постфордистский режим в 1980-х годах, он сможет поразмышлять о механизмах контроля, которые тогда были введены в Великобритании — от решительного наступления Маргарет Тэтчер (премьер-министр в 1979–1991 гг.) на лейбористское движение, радикального пересмотра структуры и учебных планов средней и высшей школы до реорганизации местных властных органов (ср.: Gamble, 1988; Kavanagh, 1990).

Фордистский режим накопления (1945–1973)

Теоретики школы регулирования полагают, что эти годы можно охарактеризовать как *фордистско-кейнсианскую* эру, в течение которой определенный набор взаимосвязанных характеристик обеспечивал равновесие системы как единого целого. Коротко говоря, это был период экспансии, когда массовое производство и потребление находились в более или менее сбалансированном состоянии, когда участие государства в экономике поддерживало эту гармонию, когда государственные меры по социальному обеспечению способствовали экономическому равновесию и социальной стабильности.

Форд был зачинателем того способа производства, который давал возможность массового выпуска товаров по цене, стимулирующей массовое потребление, он же одним из первых стал выплачивать высокую (относительно) заработную плату, что также способствовало приобретению товаров, и потому его именем обозначается вся система в целом. Однако было бы заблуждением полагать, будто фордовские методы были внедрены всюду и одинаково (Meuer, 1981). Скорее этот термин обозначает то, что корпорация Форда стала архетипичной, особенно на пике ее развития в период после Второй мировой войны, когда в ней были представлены все ключевые элементы передового капиталистического предприятия. Кейнс же был экономистом, чья стратегия была теснейшим образом связана с интервенцией правительства в экономику, и потому определение «кейнсианский» должно пониматься в общем смысле, что вовсе не означает, будто бы правительства разных стран действовали одинаковыми методами.

Фордистско-кейнсианская эра отличалась определенными характеристиками, и основные из них мы рассмотрим далее.

Массовое производство

Массовое производство товаров было нормой того времени. Для машиностроения, производства электротоваров и автомобилей отличительной чертой стало стремление к стандартизации продукции и производственного процесса (поточные конвейерные линии), обеспечивающего выпуск товаров в больших объемах по практически недифференцированным образцам (холодильники, пылесосы, телевизоры, одежда и т.п.). Типичными были большие предприятия, и в пиковый момент на одном фордовском заводе в Детройте работали 40 тыс. человек, и даже в Англии на моторостроительных заводах в Оксфорде (Коули) и Бирмингеме (Лонгбридж) в конце 1960-х годов было занято до 25 тыс. человек. Поскольку массовое производство требовало экономии затрат, что достигается увеличением размеров предприятия, то характерными стали заводы, где было занято от нескольких сотен до нескольких тысяч человек. Таким образом, в Великобритании к 1963 г. треть наемной рабочей силы в частном производстве была сконцентрирована на предприятиях с общим штатом не менее 10 тыс. человек, и 70% на предприятиях с 500 работниками и более (Westergaard and Resler, 1975, с. 151–152). Следствием этого стало развитие отдельных зон и даже целых городов, хотя чаще это были определенные городские районы, известные той продукцией, которая производилась на их территории: например, Дерби прославился своим вагоностроительным заводом и заводом «Роллс-Ройс», Шоттон, Корби и Консет — сталелитейными заводами, Ковентри — автомобильными предприятиями, Бирмингем — машиностроением.

Промышленные рабочие

В течение этого периода доминирующей группой были промышленные рабочие, в основном мужчины, «голубые воротнички», занятые в производстве и некоторых добывающих отраслях, которым были присущи крепкие региональные и классовые связи, что отражалось на политическом поведении и пристрастиях. В 1951 г. наемными работниками были в Великобритании 70% мужчин, занимавшихся физическим трудом, а 20 годами позже эта часть занятых составляла все еще 60% (Harrison, 1984, с. 381); в начале 1960-х годов около 60% наемных работников трудились в разных отраслях промышленности, от угледобывающей до химической, и 43% были заняты непосредственно на производстве (Gershuny and Miles, 1983, с. 20).

Значительная часть промышленных рабочих тогда была организована в союзы, которые признавались работодателями и участвовали в институционализации урегулирования отношений трудящихся и администрации. На местном уровне это нашло отражение в согласительных процедурах, на высшем — в стремлении к корпоративизму (Middlemas, 1979), который подразумевает, что представители работодателей, лидеры профсоюзов и политики проводят встречи на регулярной основе для решения вопросов, представляющих интерес для всех сторон. Вершины эта тенденция достигла в 1960-х годах, когда на Даунинг-стрит, 10, проводились встречи «за пивом и сэндвичами» и премьер-министр вместе с ведущими руководителями профсоюзов сформулировал Социальный контракт.

И главное — самый долгий, наверное, бум в истории капитализма означал также постоянный экономический рост и соответственно полную занятость. За исключением коротких периодов показатель безработицы в течение 1950-х годов был чуть больше или чуть меньше 2%, что давало большинству населения ощущение стабильности и уверенности.

Массовое потребление

В те годы массовое потребление стало нормой, чему способствовали (относительно) высокая и постоянно возрастающая заработная плата, уменьшение реальной стоимости потребительских товаров*, полная занятость, быстрое распространение покупок в рассрочку**, кредитование и, разумеется, стимуляция потребления через рекламу, моду, телевидение и другие формы показа и убеждения.

В Великобритании, все же отстававшей от Соединенных Штатов, после 1945 г. простые люди получили доступ к товарам, которые прежде имелись в малых количествах или вообще не существовали (парфюмерия, предметы личной гигиены, стильная и модная одежда, пылесосы, ковровые покрытия, холодильники, радиоприемники, телевизоры и автомобили). Таким образом, к

* Артур Марвик (Marwick, 1982) показывает, что недельная заработная плата между 1955 и 1969 гг. выросла на 130%, а розничные цены за тот же период — всего на 63%. И хотя цены на продукты питания и другие товары первой необходимости постоянно растут, другие потребительские товары, такие как автомобили, телевизоры, стиральные машины, стоят дешевле (с. 118, ср.: Morgan, 1990, с. 506).

** Эрик Хобсбаум (Hobsbawm, 1968) отмечает, что в 1957 г. в Великобритании общий долг по выплатам в рассрочку составил 369 млн фунтов стерлингов, а в 1964 г. — 900 млн, т.е. вырос на 250% (с. 225).

1970 г. девять из десяти семей имели телевизор, семь из десяти — холодильник, шесть из десяти — стиральную машину. Что же касается автомобилей, то если в 1950 г. их количество составляло 2,3 млн, то в 1970 г. — уже 11,8 млн, иначе говоря, автомобиль имели 50% семей в Великобритании (Central Statistical Office, 1983, Table 15.4).

И самое важное: массовое потребление основывалось на том, что для рабочего класса — преобладающего большинства населения, представлявшего собой самый большой рынок, — был открыт доступ к предлагавшимся товарам. И когда это произошло, население могло подтвердить известную фразу тогдашнего премьер-министра Гарольда Макмиллана: «Еще никогда дела не обстояли так хорошо». И он был прав, так как прежде потребительские товары просто были недоступны для большинства населения (кроме, пожалуй, «пива и курева»).

Хотя, наверное, еще важнее то, что *массовое потребление стало главным стержнем постоянного и стабильного массового производства*. То есть в этот период устойчивое и обеспеченное массовое потребление товаров явилось предпосылкой расширения производственной базы, а это, в свою очередь, обеспечивало полную занятость. В течение фордистского периода благополучие экономики обеспечивалось высокой покупательной способностью (и, в частности, продажами в рассрочку и кредитованием); особенно это касалось автомобилей и бытовой техники, но распространялось и на другие виды товаров. Одним словом, потребление стало добродетелью.

Главное здесь то, что было достигнуто равновесие, баланс между массовым потреблением и массовым производством. Можно сказать, что именно это обеспечивало неуклонный рост потребления, благодаря которому удавалось гарантировать постоянную занятость и наличие рабочих мест в результате всячески стимулируемого потребительского бума. Для того чтобы обеспечить такое положение и в дальнейшем, была создана целая структура маркетинга и дизайна — ежегодные смены моделей автомобилей, быстро растущая рекламная индустрия, новая организация торговли, прием устаревших товаров с учетом их цены в обмен на новые, приемлемые условия оплаты, — однако главным здесь было обеспечение полной занятости и постоянного роста реальных доходов населения. И если потребительский спрос оставался высоким (при этом государство часто вмешивалось в экономику, чтобы это обеспечить), то это стимулировало развитие экономики.

Национальное государство и национальные олигополии

В течение этого периода экономическая деятельность развивалась внутри национальных государств, и на их территории в разных секторах доминировали обычно группы национальных олигополий. В любой отрасли промышленности: электронике, производстве одежды, розничной торговли или машиностроении, доминировали три-четыре компании, которые легко было определить. Так, в 1963 г. пять ведущих компаний в британской промышленности имели почти 60% продаж в каждой торговой отрасли (Westgaard and Resler, 1975, с. 152). А в целом в 1960 г. 100 лидирующих компаний производили треть всей английской промышленной продукции, что свидетельствует о доминировании больших корпораций. Следует добавить, что местные компании удерживали внутренний рынок: в 1968 г. 87% промышленной продукции на английском рынке было произведено английскими компаниями.

Теперь, по прошествии времени, мы видим, что английская промышленность находилась в довольно благоприятных условиях. Она контролировала большую часть отечественного рынка (конкуренция была не велика) она работала на постоянно растущем и стабильном рынке, а также во все возрастающей степени использовала горизонтальные и вертикальные связи, которые обеспечивали ей максимальный контроль и координацию собственных интересов.

Планирование

Немаловажное значение имело планирование (Addison, 1975), всеми признанная роль которого наиболее ярко проявилась в построении «государства благоденствия», а также нашла свое отражение в широком консенсусе по поводу законности вмешательства государства в экономику (кейнсианская политика). В этом смысле знаменательна волна национализации в Великобритании после Второй мировой войны, когда государству отошла большая часть энергоснабжения и коммуникаций, из чего в течение 1950-х годов частному сектору удалось вернуть только сталелитейную промышленность. Прочие отрасли — уголь, газ, электричество — остались в ведении государства, несмотря на разногласия партий по этому вопросу. Теоретики школы регулирования полагают, что такой консенсус, подкрепленный усиливающимся планированием в различных сферах жизни, а также поддержка большинства населения, которое чувствовало реальную выгоду от государственного обеспе-

чения образования и здравоохранения, поддерживал стабильность фордистской системы.

Описание фордистского режима накопления предполагает обобщения, которые могут быть подвергнуты критике. Например, характеризуя послевоенные десятилетия в Англии как время стабильности и процветания, слишком легко недооценить постоянные проблемы бедности, социальные конфликты и экономическую неуверенность. Многие из тех, кто жил в 1950–1960-е годы, сочтут странным, что этот период описывается как время, когда были сняты табу на кредит, или время, когда британская промышленность была защищена от иностранной конкуренции. Затем фордизм в его североамериканском или западноевропейском варианте слишком легко переносится на другие страны. Но какое отношение имеет все это, скажем, к Малайзии, Японии или даже Италии и Греции, остается неизвестным.

Проблематичен и вопрос периодизации: когда, собственно, была эра фордизма? Как мы уже отмечали, Генри Форд основал свое производство во втором десятилетии XX в. Стоит отметить и то, что само понятие было введено марксистом Антонио Грамши (Gramsci, 1971, с. 277–318). Принято считать, что Великобритания отставала от лидирующей фордистской страны, США, но такое четкое определение дат (почему именно 1945-й?) ставит в тупик, как и одинаковый подход к странам с явно разными формами государственной интервенции (сравните, например, Великобританию и США, где было намного больше *laissez-faire*).

Далее я буду говорить о критических соображениях по поводу модели школы регулирования, но именно сейчас читатель может получить самое понятное истолкование фордистского режима накопления, приняв во внимание некоторые основные социальные и экономические тенденции, а также события 1970-х годов. Именно тогда, когда началась рецессия и резкое повышение цен на нефть в 1973 г. произвело шок, пришло понимание, что развитие, подразумеваемое фордистским режимом, дальше поддерживать нельзя. И тогда же возник постфордизм, обозначенный тенденциями, подрывавшими фордистский режим. Как мы увидим впоследствии, в эпицентре этих перемен оказались способы обработки, хранения и производства информации.

Глобализация

Самым важным фактором, который привел к закату фордизма и часто упоминается как определяющая характеристика постфордизма, стала глобализация. В последние годы этот термин яв-

ляется одним из самых употребительных у социологов, политиков и лидеров бизнеса, озабоченных переменами в сфере управления (Held *et al.*, 1999). Глобализация — это долгосрочный процесс, и он далеко еще не закончен, хотя с 1970-х годов значительно ускорился. Этим термином обозначается не просто рост интернационализации, предполагающей возросшее взаимодействие суверенных национальных государств. Глобализация — это нечто значительно большее: она означает рост *взаимозависимости* и *взаимопроникновения* человеческих отношений наряду с ростом *интеграции* социально-экономической жизни. Некоторые хотят представить глобализацию главным образом как экономический фактор, который проявляется в тесной связи рынков, валют и корпоративных организаций. Все это так, но в то же время глобализация является социальным, культурным и политическим фактором, о чем свидетельствуют, например, взрывной рост миграции, туризма, возникновение гибридных музыкальных форм и увеличивающаяся озабоченность выработкой глобальных политических стратегий, призванных ответить на угрозы и вызовы выживанию человечества.

Капитализм — как социальное устройство, которое и начало глобализацию, — доказал свою фантастическую успешность: он распространился по всему миру и одновременно глубоко проник в частную жизнь индивида. Таким образом, капитализм действует по всему миру (быстро расширяясь за счет вовлечения таких прежде изолированных зон, как бывший Советский Союз и Китай) и в то же время проникает в такие глубоко частные сферы, как уход за детьми, личная гигиена и ежедневные поставки продуктов питания. Более того, капитализм вовлек весь мир во взаимосвязи, так, например, кофе мы получаем из одной части мира, вино — из другой, телевизионные программы — из третьей, одежду — из четвертой, и все это обеспечивается взаимосвязями, которые интегрируют земной шар. Проще говоря, тенденция развития ведет к тому, что мир становится средой, в которой поддерживаются взаимоотношения, несмотря на то что частная жизнь может восприниматься как локализованная и индивидуальная.

Кроме того, важнейшим фактором глобализации стала экспансия транснациональных корпораций (ТНК), которые во многом и обеспечили основу для развития этого процесса. Конечно, ТНК характерны для всего XX столетия, например, *Ford Motor Company* еще до Второй мировой войны присутствовала на зарубежных рынках. Однако нельзя не обратить внимания на особо быстрый рост и распространение ТНК за последние десятилетия. Сейчас существует 50 тыс. ТНК, и если в 1950-х годах подавляющее большинство амери-

канских ТНК имело дочерние компании максимум в шести странах, сейчас только самые мелкие из них оперируют в таких ограниченных масштабах (Dicken, 1992, с. 50).

Размеры и масштабы ТНК понять непросто, но некоторое представление можно составить, сравнив богатства государств и корпораций; при этом выясняется, что половина из 100 крупнейших обладателей богатств — это ТНК. Такие корпорации, как *General Motors* (в 2000 г. ее доход составил 185 млрд долларов), *IBM* (88 млрд), *Shell* (190 млрд) и *General Electric* (130 млрд) действительно являются «доминирующими силами мировой экономики» (Dicken, 1992, с. 49). ТНК производят 25% всего мирового производства и преобладают в мировой торговле (Held *et al.*, 1999, с. 282). Кроме того, ТНК сами высоко концентрированы: самые большие корпорации имеют львиную долю в каждом соответствующем секторе. Дикен (Dicken, 1992), например, включает в «клуб миллиардеров» всего 600 ТНК, которые дают 20% промышленного и сельскохозяйственного производства в мировой рыночной экономике, а среди этих гигантов «только на 74 ТНК приходится 50% всех продаж» (с. 49).

Глобализация, в которой действуют и которую создают (если не контролируют) транснациональные корпорации, имеет несколько особо важных характерных черт. Самые главные из них мы рассмотрим далее.

Глобализация рынка

Глобализация рынка означает, что основные корпоративные игроки теперь работают с учетом того, что их рынком становится весь мир, и рынки открыты всем экономическим субъектам, у которых достаточно ресурсов и желания работать на них. Разумеется, даже сегодня немногие ТНК развивают чисто глобальную стратегию (Дикен оценивает их число 4–5%), однако развитие идет в этом направлении.

Глобализация означает, что ныне рынки стали больше, чем когда-либо, и присутствие на них все больше ограничивается теми игроками, которые имеют огромные ресурсы, обеспечивающие это глобальное присутствие. Парадоксально, однако, что в ключевых отношениях рынки стали ареной *гораздо более жесткой конкуренции*, чем раньше, именно потому, что на них сражаются гиганты, обладающие ресурсами, которые обеспечивают глобальное присутствие. В какой-то период на определенном рынке может доминировать национальная олигополия, но по прошествии времени

она переходит в разряд аутсайдеров (а энергетические национальные корпорации, разумеется, выходят за пределы страны, чтобы завоевывать другие рынки). Эти новые игроки, обеспечивая себе глобальное присутствие, оказываются одновременно и более крупными, и более уязвимыми, чем когда-либо. Этот процесс можно понять на следующих примерах. Моторостроение теперь является глобальной отраслью, так как рынок средств передвижения имеет глобальный характер, а это означает, что бывшие национальные производители-лидеры уже не могут чувствовать себя в полной безопасности. Так, крупнейший английский моторостроитель *Rover* в 1994 г. был поглощен *BMW* (хотя уже тогда 20% этого «британского» предприятия, дочерней компании *British Aerospace* принадлежало *Honda*). Стоило бы также отметить, что после того как в 2000 г. *BMW* избавилась от *Rover* из-за его незначительного коммерческого потенциала, стали циркулировать слухи, что самой *BMW* угрожает поглощение со стороны более крупных игроков в автомобильной торговле. То же самое происходит и в нефтехимической промышленности, фармацевтике, производстве компьютеров, телекоммуникационного оборудования и бытовой электронной технике. Действительно, в наше время рынок становится все более и более глобальным.

Бесспорно, что этот глобальный рынок делится на три больших сегмента — Северная Америка, Европа и Юго-Восточная Азия, тогда как остальная часть земного шара вряд ли перспективна в смысле возврата инвестиций. Но крупнейшие ТНК, разумеется, все больше оперируют в трех названных сегментах. Кроме того, это грубое деление на три части напоминает и о другом значении глобализации рынка. На протяжении жизни одного поколения или чуть больше возникло то, что можно назвать архетипическими глобальными корпорациями, а именно японские конгломераты, которые часто не имеют национальных корней (если не говорить о тех странах, куда они инвестируют). Такие гиганты, как *Toshiba* (доход в 2000 г. составил 62 млрд долларов), *Matsushita* (69 млрд), *Toyota* (120 млрд) и *Sony* (59 млрд) используют различные глобальные стратегии для размещения своих товаров. С течением времени японские корпорации — в автомобилестроении, бытовой технике, а в последние годы в информации и коммуникационных технологиях — доказали, что создают серьезную угрозу доминированию западных корпораций. Японский вызов перевернул относительно устоявшийся экономический порядок, во всяком случае на какое-то время.

Глобализация производства

Корпорации все больше и больше работают на глобальном рынке, и соответственно они должны организовывать свою работу по всему миру. Глобальные производственные стратегии — отличительная черта этого процесса, и ТНК все чаще размещают свой главный офис, скажем, в Нью-Йорке, дизайн-бюро — в Вирджинии, производство — в Юго-Восточной Азии, сборочные цеха — в Дублине, а руководство кампаниями по продаже осуществляется из Лондона. Это, может быть, несколько преувеличенный пример, но к подобному образу действий подталкивает ТНК неумолимая логика глобализации для максимального использования своих преимуществ.

И тут нельзя не отметить, что этот процесс, связанный с глобализацией рынка, выдвигает на первый план проблему информации, поскольку маркетинговые стратегии и производства, разбросанные по всему миру, могут существовать только при наличии совершенных информационных услуг. Далее я буду говорить об этом больше, а здесь лишь отмечу: глобализация производства вызывает рост, как называет это Дикен (Dicken, 1992), «информационной деятельности», которая «связывает воедино различные части производственной системы» (с. 5). То есть одним из главных условий глобализации производства стала *глобализация информационных услуг*, таких как реклама, банковское дело, страхование и консалтинговые услуги, которые и составляют «новую глобальную инфраструктуру» (Dicken, 1992, с. 5). Например, *American Express*, *Citicorp*, *BankAmerica*, *Lloyds* и *Merrill Lynch* тоже распространились по миру, обслуживая корпоративные компании, которым они соответствуют своими структурами и ориентацией.

Глобализация финансов

Как я уже говорил, главным аспектом глобализации является распространение по всему миру таких информационных услуг, которые обеспечивают банковские и страховые корпорации. Это предполагает глобализацию финансов, но это же означает нечто большее — постоянно растущий *интегрированный глобальный финансовый рынок*. В связи с нынешним усовершенствованием ИКТ вкуче с дерегулированием биржевых рынков и отменой контроля за курсом валют мы сейчас имеем все возможности для постоянного поступления финансовой информации в режиме реального времени для круглосуточного участия в торгах акциями, валютных торгах и торгах облигациями. Эти процессы значительно увеличили объемы и скорость международных финансовых трансакций и в

то же время зависимость любой национальной экономики от денежных глобальных рынков.

Масштаб и скорость этих информационных потоков просто поражает. Уилл Хаттон (Hutton, 1994), например, отмечает, что оборот валютных обменов теперь превышает объемы национальных экономик и делает торговые потоки (традиционный способ измерения национальной экономической активности через соотношение импорта и экспорта) сравнительно небольшими. Таким образом, «общий объем мировой торговли в 1993 г. составлял две трети ВВП Соединенных Штатов Америки; на мировых валютных биржах потребовалось бы две недели, чтобы достичь того же результата, и это не принимая во внимание приграничную торговлю, рынки облигаций и акций» (с. 13). Рисуя историческую перспективу, Джойс Колко (Kolko, 1988) прослеживает экспоненциальный рост экспортно-импортной торговли во второй половине XX в. В 1993 г. журнал *Fortune* (26 июля) сообщал, что денежные потоки, проходящие через базирующуюся в США *Clearing House Interbank Payments System* и составляющие в среднем от 850 млрд долларов в день, иногда переходят отметку 1 трлн долларов (с. 26). К 2000 г. эта цифра увеличилась до 1,5 трлн долларов — суммы, для большинства населения едва ли понятной.

Глобализация коммуникаций

Другим показателем глобализации, также тесно связанным с этим процессом, стало распространение коммуникационных сетей, опоясывающих весь земной шар. Конечно, для этого существуют технологические основания — спутниковая связь, телекоммуникационное оборудование и тому подобное, к чему я еще вернусь, но здесь я хотел бы привлечь внимание читателя к феноменам, описанным ранее, т.е. к созданию *символической среды*, которая охватывает весь земной шар и — в очень значительной части — организована с помощью медийных ТНК.

Все это имеет множество социальных и культурных последствий, но здесь я хочу только сказать о возникновении информационной сферы, которая производит единые для всех людей образы. К примеру, американская кинопродукция собирает самую большую аудиторию по всему миру. Двадцать самых кассовых фильмов во всем мире — всегда американский продукт. В это число входят «Титаник» (1997), «Звездные войны» (1999), «Парк юрского периода» (1993), «Форест Гамп» (1994) «Человек в черном» (1997), «Аладдин» (1992) и «Индиана Джонс и последний крестовый поход» (1989). Все эти фильмы принесли не менее 500 млн долларов

дохода, а «Титаник» — почти 2 млрд. Все они были кассовыми лидерами в Германии, Англии, Италии, Франции, Испании, Австралии, США — всюду, где есть кино. Таким образом для самых разных по запросам и реакциям аудиторий создается общая символическая сфера. Сюда следует добавить и телевизионные шоу, новостные агентства и, конечно, индустрию моды.

Как бы ни рассматривать эти факты в свете тех последствий, которые они могут иметь для конкретных людей и конкретных стран, глобализация коммуникаций играет значительную роль в функционировании глобальной экономической системы. Нельзя с уверенностью утверждать, что американские «мыльные» сериалы склоняют зрителей к тому образу жизни, который в них представлен, что рекламные кампании действительно приводят к успеху, что рок-музыка, исходящая из Лос-Анджелеса и Лондона, заставляет ее молодых поклонников во всем мире подражать своим кумирам в одежде и еде. При этом бесспорно, что эти глобальные имиджи инкорпорируют в себя элементы различных культур, так что они ориентированы не односторонне. Но главное здесь то, что трудно представить себе дальнейшее развитие значительной части мировой экономики без этой символической среды. Самой по себе ее может быть недостаточно для убеждения потенциального покупателя, но она выступает необходимым условием для большинства коммерческих инициатив. Исходя из этого можно прийти к выводу, что глобализация коммуникаций играет вспомогательную, пусть иногда создающую напряженность, и даже противоречивую роль в глобальной рыночной системе, ярким проявлением которой она сама является. Да и трудно прийти к каким-либо иным выводам, учитывая центральную роль бренда в современном маркетинге, когда группа продуктов и даже корпораций ассоциируются с определенным образом, распространяемым через медийную индустрию. Вспомните, как важен символ для таких фирм, как *Nike* или *Calvin Klein*. Глобальные медиа могут иногда нанести ущерб этим брендам, извратить их, но одно бесспорно — без них эти бренды просто не существовали бы.

Информационная инфраструктура

Каждое измерение глобализации выдвигает требования к информационной инфраструктуре и вносит свой вклад в ее развитие, с тем чтобы она соответствовала меняющимся точкам напряжения мировой экономики. Поскольку процессы глобализации разрастаются и продолжают, обработка информации и информационные потоки должны занимать в них свое место.

Главными элементами информационной инфраструктуры являются:

- ♦ Всемирное распространение и экспансия таких услуг, как банковские услуги, финансы, страхование и реклама, которые являются основными компонентами глобализации. Без этих услуг ТНК не могли бы работать. Разумеется, информация входит в их бизнес, является ключевой частью их работы. Это информация о рынках, потребителях, регионах, экономиках, рисках, моделях инвестирования, налоговых системах и т.д. Для оказания такого рода услуг необходимо хранение информации, а также ее производство и распространение. Стоимость ее увеличивается благодаря аналитической работе, своевременности ответа на запрос и сопоставления.
- ♦ Глобализация требует производства компьютеров, а также, где это необходимо, их совершенствования и коммуникативных технологий. За последние годы мы наблюдали быстрое введение информационных технологий и их постоянное усовершенствование — от факсовых аппаратов до международных компьютерных сетей, что является необходимым условием для координации глобальных предпринимательских структур.
- ♦ Эта информационная инфраструктура привела к чрезвычайному росту информационных потоков. Например, экономический журнал *Fortune* (1993, December, 13, с. 37) сообщает, что международная телефонная связь в Соединенных Штатах за период 1981—1991 гг. выросла на 500% (с 500 млн до 2,5 млрд). Кроме того, повсюду наблюдалось поразительное увеличение финансовых операций по международным информационным супермагистралям (правда, эти операции сконцентрированы в основном в больших городах богатых стран). Валютные торги, разные модели прямого зарубежного инвестирования, рынки ценных бумаг и акций быстро росли, тем самым подтвердив важность финансовых информационных потоков для глобальных рынков.

Закат фордизма?

Глобализация означает, что режим фордизма все труднее поддерживать. И как может быть иначе, если организационная предпосылка фордизма — национальное государство — размывается экспансией транснациональных корпораций и постоянными по-

токами информации, циркулирующей по всему земному шару? Фордизм основывался на существовании суверенных национальных государств, на способности правительства управлять имуществом и вводить определенную политику на своих территориях, на относительной защищенности местных компаний от иностранной конкуренции и на практике разделения национальных корпораций. Но все эти условия все больше сходят на нет в нашей реальности глобального маркетинга, бешеного темпа зарубежных валютных сделок и предприятий, размещенных по всему миру.

Глупо было бы отрицать, что роль государства остается важной в очень многих областях жизни — от права и охраны правопорядка до образования и социального обеспечения, что государство по-прежнему служит основным элементом самоидентификации людей, но с экономической точки зрения оно, несомненно, утрачивает свое значение. Особенно ярко свидетельствуют об этом два показателя. Во-первых, стремление транснациональных корпораций к доминированию делает непонятной проблему собственности. Можно спросить, к примеру, насколько *General Electric* или *Hitachi* принадлежит тому или иному государству? Подобного рода корпорации обычно навешивают себе ярлык той или иной страны, но поскольку значительная доля их производства и инвестиций размещается за рубежом, очень трудно однозначно определить, является ли та или другая ТНК японской или английской. Уже в 1970-х годах в Великобритании более 50% производственных мощностей в сфере высоких технологий (компьютеры, электроника и т.п.) и в сильно рекламируемых производствах потребительских товаров (бритвы, кофе, бакалея и т.п.) принадлежали дочерним фирмам иностранных компаний (Pollard, 1983). Кому принадлежат предприятия, размещенные в Великобритании, — *Nissan* (Сандерленд), *IBM* (Портсмут) и *Gillette* (Лондон) — Великобритании, Японии или США? В 1983 г. исследование, предпринятое *Labour Research*, обнаружило, что 44% выработки 50 ведущих производительных компаний приходится на долю предприятий, размещенных за границей, что определенно не соотносится с правительственными стратегиями, поощряющими отечественное производство. Яркой иллюстрацией того, насколько трудно придать национальный характер глобальным корпорациям, стала реакция *General Electric* на попытки британского правительства создать единую компанию *Euroco*. Представители *General Electric* отвергли эти попытки по следующим причинам: «Мы — транснациональная фирма, шестая из самых крупных в США. Нам не надо, чтобы нас считали английской фирмой, и мы не собираемся говорить на тему *Euroco* (Guardian, 1998, June, 1).

Возникает поэтому тревожный вопрос: а перед кем ответственны ТНК? Если существенная часть их инвестиций размещена вне пределов юрисдикции той страны, которую можно было бы назвать страной происхождения, то перед кем они ответственны? Возникает трудно разрешимый вопрос о собственности, но мы можем быть вполне уверены, что собственниками ТНК являются граждане не одной страны. Утверждение, что частные корпорации несут ответственность перед своими акционерами, означает, что эта международная собственность подрывает концепцию национальных интересов и стратегий, вырабатываемых отдельными государствами.

Второе направление размывания национальных государств и, следовательно, фордистских режимов — это давление на их функционирование со стороны глобального экономического окружения (Sklair, 1990). Если национальные государства уже не играют прежней роли в принятии решений в сфере бизнеса, поскольку инвесторы и ТНК ищут наиболее высокие прибыли по всему миру, то отдельным странам, испытывающим сильное давление, придется участвовать в глобальной системе отношений. Становится все более очевидным, что в связи с ростом финансовых потоков и уязвимостью национальных государств в отношении своих валют и инвестиций, правительствам придется что-то предпринимать. Интеграция и взаимопроникновение экономик приводят к тому, что государства должны адаптироваться к международной системе, т.е. мириться с тем, что отдельным странам «стало чрезвычайно трудно сохранять свою целостность перед лицом новых реалий капитализма» (Scott and Sorper, 1986, с. 7).

Большинство стран сейчас более или менее активно стремятся получить инвестиции ТНК, но необходимым предварительным условием для этого является подчинение корпоративным интересам, которые связаны с рыночной практикой (поскольку она в наибольшей степени выражает интересы ТНК) и в то же время не связаны определенными территориями. Следовательно, свобода каждого правительства определять собственную национальную политику ограничена потребностью в иностранных инвестициях.

Результатом унификации мировых финансовых рынков стала также угроза монетарному суверенитету отдельных стран, возникающая каждый раз, когда участники торгов и инвесторы чувствуют малейшие колебания и слабость валют; это испытали на себе в начале 1990-х годов Великобритания, Ирландия, Испания и другие страны. Это означает, что политические предпочтения и автономия правительств уже не существуют, поскольку

анонимный глобальный рынок капиталов и его суждения относительно кредитоспособности и устойчивости правительств являются последним доводом, значительно более серьезным, чем мнение электората той или иной страны. Это раньше перед мнением электората правительства пасовали. Теперь же если они не будут послушно следовать... политике, с которой согласен рынок, то их долги и валюты будут проданы, что принуждает их идти на нежелательные ограничения своей политики.

(Hutton, 1994, с. 13)

В середине 1960-х годов премьер-министр от лейбористов жаловался на таинственных «цюрихских гномов», которые, торгуя валютой, вынудили его правительство девальвировать фунт и сократить социальные расходы. Этот случай часто упоминается, когда хотят привести пример того, что финансисты своей властью могут ставить условия внутренней политике государств. Все так и есть, однако насколько серьезнее это давление сегодня, когда финансовые центры намного более интегрированы и обеспечены электронной связью!

Постфордизм

Эти тенденции — необходимость разрабатывать глобальные корпоративные стратегии, беспрецедентная конкуренция между транснациональными гигантами, размывание государственного суверенитета из-за глобализации финансовых сделок — вместе с рецессиями, поразившими страны развитого капитализма в 1970-х годах, стимулировали возникновение нового режима накопления. Предполагается, что после 25 лет стабильности фордизм выдохся. Новые условия потребовали радикальных перемен, в том числе и коренной *реструктуризации* корпоративных организаций, чего требовала дальнейшая экспансия и новые обстоятельства, в которых они оказались.

Важной составляющей этих перемен стало наступление на организации трудящихся, поначалу на профсоюзы, а потом и на все коллективистские идеи. С одной стороны, это было необходимым условием, поскольку традиционная лейбористская практика превратилась в препятствие для глубинных перемен, а с другой — стали вообще симптомом громоздкости и прикрепленности к территории фордистской эры. Глобализация и дрящущаяся экономическая неопределенность требовали, как мы еще увидим, быстроты и разнообразия реакций, т.е. того, чего фордизм не мог обеспечить по определению.

Условием для глубоких перемен стала такая политика в области производственных отношений, подорвавшая профсоюзное движение. В Соединенных Штатах это произошло сравнительно легко, а после решительного поражения, которое в начале 1980-х годов Рейган нанес авиадиспетчерам, переменам уже практически не сопротивлялись. В Великобритании лейбористское движение было значительно сильнее, но и оно потерпело поражение в результате применения различных средств, в том числе и законодательных актов, ослабивших воздействие пикетов. Свою роль сыграли и долги законно признанных профсоюзов, и стремление преодолеть беспрецедентно высокую безработицу, выросшую в период между 1979 и 1981 гг. на 200% и подкосившую промышленность, где был сосредоточен высокоорганизованный рабочий класс, и решительная правительственная политика, которая отбила все нападки, особенно со стороны шахтеров, проводивших упорные забастовки в 1984 и 1985 гг. В результате были приняты предложения о радикальных переменах в промышленности и в сфере занятости вообще.

Тесно связана с вышесказанным появившаяся тенденция избавления от рабочей силы, что было необходимой реакцией корпораций на стагнирующие рынки, но эта тенденция оказалась долгосрочной в двух направлениях. Во-первых, то, что эвфемистически называлось сокращениями, продолжалось до 1990-х годов и далее, при том что многие успешные корпорации оказались способны на рост «при сокращении рабочих мест». Рост производительности в результате интенсификации труда и применения новых технологий — характерное явление для постфордистского режима. Хотя оно и не имело всеобщего характера, подобных примеров немало: с 1983 г. *IBM*, сократив на четверть штат своих работников, удвоила при этом доходы, *British Telecom* вдвое сократила свой персонал, прибыли же резко возросли.

Во-вторых, для постфордистской организации, как часто полагают, характерна тенденция к вертикальной дезинтеграции. Это означает, что, вместо того чтобы производить как можно больше в одной структуре (которая не может не быть вертикально интегрированной), фирма стремится заключать как можно больше контрактов со сторонними предприятиями. Такая стратегия аутсорсинга хорошо сочетается с сокращениями персонала, так как она требует относительно меньшего числа работников в центральной организации и облегчает процесс избавления от рабочей силы, когда она становится избыточной (вместо сокращения штата просто не возобновляются контракты). Очень часто приводят пример фирмы *Benetton*, итальянского производителя одежды (Миггау,

1985), которая использует труд 12 тыс. работников, однако непосредственно в своем штате имеет всего лишь 1500 человек. Ее стратегия франшиз (более 3000 в 50 странах) — другая грань аутсорсинга. Она позволяет компании освободиться от той ответственности, которая возникает, когда огромный персонал находится в постоянном штате.

Очевидно, что вертикальная дезинтеграция возможна лишь при наличии соответствующей, достаточно сложной инфраструктуры коммуникаций и компьютерного оборудования, с помощью которого обеспечиваются контроль и координация деятельности. Как иначе почти 140 агентов *Benetton*, работающие каждый в своем регионе, могут координировать свою работу? Такая инфраструктура — безусловно технологическая, однако требующая персонала для оказания необходимых информационных услуг — рассматривается как основной элемент постфордизма по нескольким причинам, каждая из которых подчеркивает роль информации при новом режиме. Я уже говорил об этом, когда мы обсуждали вопрос о том, что глобализация была предвестником постфордизма, но на некоторых существенных чертах информационной инфраструктуры необходимо остановиться подробнее.

Во-первых, наличие такой инфраструктуры является необходимым условием для управления глобализованными производственными и маркетинговыми стратегиями. Некоторые исследователи считают, что мы стали свидетелями *нового международного разделения труда* (Fröbel *et al.*, 1980), которое проявляется в транснациональных корпорациях, способных руководить производством, дистрибуцией и продажами по всему свету, координируя деятельность десятков отделений в разных странах. Как аутсорсинг зависит от компьютеризированных коммуникаций, которые дают возможность компаниям постоянно наблюдать за поставщиками и дистрибьюторами, не нанимая большого числа работников в центральном офисе, так и глобальная корпоративная стратегия может существовать только на базе сложных информационных сетей. Кроме того, о процессах реструктуризации, о которых мы говорили, во всех своих аспектах, но в первую очередь в «глобальном» (производство в Маниле, комплектующие в Праге, освоение рынка в Москве, отдельные элементы оборудования в графстве Корк) «и помыслить было бы нельзя без развитых информационных технологий и в особенности телекоммуникаций» (Henderson, 1989, с. 3).

Во-вторых, информационная инфраструктура необходима для ведения глобальной финансовой деятельности и представления связанных с ней информационных услуг, которые являются основными составляющими глобализованной экономики. Без надеж-

ных и разветвленных информационных сетей огромные объемы торговли акциями, валютами, связи между банками, между банками и клиентами плюс сопутствующая всему этому деятельность были бы невозможны, и соответственно невозможен был бы и постфордистский режим накопления.

В-третьих, информационная инфраструктура занимает центральное место в совершенствовании продукции и производственных процессов, обеспечивая не только бóльшую производительность и эффективность благодаря более точному мониторингу и, значит, улучшению контроля, но и более легкое внедрение новых технологий, которые способствуют снижению затрат и повышению качества (при этом вспоминаются механизация и автоматизация, особо наглядная в робототехнике, компьютерный контроль и общая компьютеризация офисной работы).

В-четвертых, информационная инфраструктура — условие еще более обострившейся конкуренции. В свете конкуренции на первый план выдвигается то обстоятельство, что компании находятся в авангарде внедрения новых технологий, т.е., по выражению бывшего министра промышленности Патрика Дженкина, выбор только один — «автоматизировать или ликвидировать». Но необходимость усилить свои преимущества в конкурентной борьбе не сводится лишь к внедрению компьютерных технологий в производственных помещениях. Важно и наличие сетей, их оптимальное использование внутри и вне компании, важно, что эффективность может быть увеличена благодаря устранению слабостей дочерних предприятий и поставщиков и поддержке их сильных сторон, важно, что все возможности, предоставляемые рынком, могут быть вовремя поняты. Становится все более очевидным, что успешная корпорация — это корпорация, которая не только имеет высокую степень автоматизации производства и предлагает лучший и доступный продукт, но и обладает первоклассными сетями, обеспечивающими доступ к отличным базам данных о внутренних операциях, о реальных и потенциальных потребителях, одним словом, обо всем, что может так или иначе повлиять на состояние дел, а также способно быстро реагировать на поступающую информацию.

Дэвид Харвей (Harvey, 1986b) полагает, что все эти процессы, как результат того, что он называет «уплотнением времени—пространства» (с. 284), происходили в течение веков, но начиная с 1970-х годов они вошли в интенсивную фазу, когда пространственные ограничения резко сократились (благодаря информационным сетям корпорации могут защищать свои интересы, невзирая на географическую удаленность) и были сняты временные

ограничения (торговля в реальном времени все больше становится нормой в век глобальных сетей). Когда-то географические точки находились очень *далеко* друг от друга и добираться из одной в другую было невероятно *долго*. Стоит вспомнить, сколько времени век назад занимала дорога до США или даже из Лондона до Парижа. Теперь же и с Соединенными Штатами, и с Парижем благодаря ИКТ можно связаться немедленно. Совершенно верно и то, что важнейшим элементом уплотнения времени—пространства стало распространение быстрых видов транспорта, в первую очередь авиации, которая за несколько десятилетий резко сократила расстояние между континентами. Но еще более важным было создание сложных и подвижных информационных сетей, которые обеспечили постоянное и четкое управление географически разбросанным бизнесом с относительно малыми временными ограничениями. Если подумать, скажем, об ассортименте скоропортящихся фруктов и овощей в типичном супермаркете и о том, что необходимо для круглогодичной их доставки из разных частей мира, начинаешь понимать, что означает «уплотнение времени—пространства» для реальной жизни в начале XXI в. То же касается машиностроения, микрочипов, холодильников, одежды и даже книг.

Все это говорит о некоем качестве, присущем постфордизму и всегда приводимому в его описаниях. Это — *гибкость*. Как бы ни расходились исследователи в частности, существует общее согласие относительно того, что гибкость (на уровне дефиниций) быстро становится нормой. И, как правило, это утверждается по контрасту с условиями фордистских режимов, которые характеризовались как громоздкие, структурированные и стандартизованные. Сейчас мы рассмотрим некоторые основные аспекты гибкости, имея при этом в виду, что для времен фордизма были свойственны вроде бы противоположные характеристики.

Для большинства ученых, испытавших влияние школы регулирования, режим «гибкого накопления» (Harvey, 1989b, с. 147) отличается от предшествующего по трем направлениям. Во-первых, *гибкость наемных работников*. Постфордистские рабочие не связаны строгим профессиональным разделением и вовсе не считают, что, однажды обучившись какому-то делу, они будут заниматься им все жизнь. В отличие от эры «разграничительных споров», когда «став слесарем, останешься слесарем навсегда», теперь главным качеством считается адаптивность, а нормой — разнообразие трудовых навыков и умений. Сюда проецируется образ «пожизненного обучения», понимание, что в «новые времена» перемены происходят постоянно, и наемный работник должен быть

в первую очередь «гибким» (McGregor and Sproull, 1992). Ориентация на профессии и обучение — одна сторона этой гибкости, другие проявляются в *гибкой оплате труда* (индивидуальной оплате труда, а не установленной по соглашению с профсоюзами или государственными тарифами), *трудоустройственной гибкости* (готовность менять работу раз в несколько лет, чему способствует все более распространенная практика заключения контрактов на определенные сроки) и *временная гибкость* (быстро возрастает число мест с неполным рабочим днем, широко применяется «гибкий график», есть необходимость в сменной работе и — довольно часто — в работе в выходные дни).

Во-вторых, *гибкость производства*. Здесь выдвигается предположение, что фордистские методы вытесняются распространением (благодаря информационным сетям) более подвижных и эффективных способов производства, как, например, система «точно в срок», когда фабрика начинает работать лишь по получении заказа, что позволяет экономить на складировании и, разумеется, на нераспроданной продукции. Чтобы такая система функционировала, она должна быть достаточно гибкой и оперативной — заказчики долго ждать не захотят. Рыночная конкуренция поощряет такую гибкость и заставляет корпорации инвестировать в информационные системы, которые могут ее обеспечить. Другая форма гибкости производства — вертикальная дезинтеграция, о которой уже говорилось. Очевидно, что возрастающее число субконтрактов дает корпорации возможность менять поставщиков и продукцию, не испытывая неприятной необходимости избавляться от собственного персонала.

В-третьих, *гибкость потребления*. Предполагается, что электронные технологии дают возможность фабрикам выпускать более разнообразную продукцию, чем это было при стандартизованном фордистском производстве. Компьютеризация придает производственным линиям беспрецедентную подвижность, и краткосрочные заказы становятся выгодными. В дополнение — и к этому я еще вернусь — покупатели отворачиваются от стандартизованных фордистских товаров, они ищут *особые* вещи, которые отражали бы их особый образ жизни и предпочтения. За этим следует такой аргумент: в постфордистскую эру благодаря информационной и коммуникационной инфраструктуре желания потребителя могут быть удовлетворены, так как кастомизация товаров, т.е. ориентирование их на запросы покупателя, происходит во все больших размерах.

Следует понимать, что все эти компоненты гибкости на практике сочетаются в большей или меньшей степени. Таким образом, архетипическая постфордистская компания получает заказ, его характеристики передаются на фабрику, где производство запрограмми-

ровано так, чтобы учитывать индивидуальные спецификации, и персонал, обладающий разнообразными профессиональными навыками и адаптивностью, принимается за работу и быстро производит требуемое. Обратите внимание, что весь процесс в целом и каждая его стадия основаны на обработке, применении и дистрибуции информации. От заказа до поставки условием *sine qua non* является скоростная, сложная и подвижная информационная сеть.

Из этих тенденций следует, что в постфордистскую эру мы наблюдаем *упадок массового производства*. На месте огромного и централизованного промышленного предприятия возникают — и распространяются по всему миру — небольшие производства, на каждом из которых работает как максимум несколько сот человек, но в целом организующая производство корпорация может иметь гораздо больше дочерних производств, чем раньше. В крупных центрах метрополий возможность для транснациональных корпораций реорганизовать свое производство в международных масштабах довела эту тенденцию до логического предела, и производство переводится за границу и за пределы городов, тогда как банковское дело, страхование и бизнес в сфере услуг растут там в невероятных масштабах (в Великобритании — более чем вдвое с 1970-х годов).

Это означает глубокие изменения в распределении рабочей силы по профессиям и занятиям в таких странах, как Англия. Промышленный рабочий-мужчина становится все более редкой фигурой, фабричное производство неуклонно превращается в анахронизм, теперь на первый план выходят работницы-женщины, занятые неполный рабочий день, которых нанимают по контракту с оговоренным сроком в сферу услуг. Начиная примерно с 1970 г. заводской труд упорно и, по-видимому, необратимо сокращается, а «гибкую рабочую силу» (Наким, 1987) составляют в основном женщины. К 1990-м годам в промышленности оставалось чуть более четверти рабочих мест, тогда как на сферу услуг приходилось 70%, причем большую часть работ выполняли женщины. В связи с этим началось размывание профсоюзов, безуспешно пытающихся организовать работников нового типа. Кроме того, во многих компаниях привычным стало сокращение числа постоянных сотрудников до основной группы и достижение гибкости за счет использования периферического труда (работников на неполный рабочий день, у которых в компании положение неопределенное). Это называется временной рабочей силой (те работники, которых нанимают при благоприятной конъюнктуре и увольняют при неблагоприятной), по оценкам, она составляет 25% рынка труда в США. Главной фигурой становится подвижный, информационно-ориентированный работник, который на высших уровнях вошел в

группы менеджмента, количественно выросшие в связи с реструктуризацией и глобализацией, но и на низших уровнях «информационных рабочих мест» становится все больше в таких областях, как делопроизводство, продажи и секретарская работа.

Возникновение постфордизма трансформирует и географические регионы, которые раньше были тесно связаны с тем или иным производством. Упадок промышленного производства и рост занятости в сфере услуг — это вопрос и гендерных перемен, и переноса наибольшей активности с севера на юг. Последняя тенденция особенно наглядна в США, но даже в Великобритании север переживает относительный упадок, тогда как на юге количество фирм и рабочих мест растет.

Вместе с этим меняются и политические, и социальные установки. Промышленные рабочие с их солидаристским унионизмом и коллективистскими установками мало общего имеют с постфордистским гражданином. Напротив, сейчас мы видим возрождение энтузиазма по поводу «рыночного чуда», который почти угас в результате послевоенного планирования. Историк Кеннет Морган (Morgan, 1990) заявил даже, что «главной жертвой британской общественной жизни... стал дух планирования» (с. 509), т.е. идеология, не связанная к быстроте перемен и *laissez-faire* «новых времен».

Сейчас действительно кажется, что даже классовый язык утратил свои позиции. Долгое время класс был осевым концептом социологов («Скажи мне, к какому классу ты принадлежишь, и я расскажу тебе о твоих политических взглядах, работе, о переменах в образовании... и даже о сексуальных привычках»), но сегодня отмечается спад интереса к классовым различиям, конфликтам и неравенству. Все это представляется чем-то старомодным, напоминающим о 1960-х годах, Алане Силлитоу и мрачном промышленном Севере. Конечно, в интеллектуальных кругах существует интерес к самым низшим слоям, к обитателям городских гетто и изолированных районов, но на самом деле речь идет об очень маленькой группе, *оторванной* от огромного большинства населения, отдельной и самовоспроизводящейся, которая, пусть даже и раздражая законопослушных граждан, живет сама по себе и не имеет ничего общего с основным населением, обладающим собственностью под закладные, озабоченного собой и собственной карьерой.

Сейчас стало общим местом утверждение, что для населения характерен *различный образ жизни*. При постфордистском режиме классовые категории и связанная с ними общая культура (рабочий-мужчина — работа, сообщество, приятели, девушки, футбол, бега, пиво) уступили место *различным* образам жизни, выбору, предпочтениям и, как уже говорилось, кастомизации продукта. Единообразия и по-

хожесть вышвырнуты вон, их заменило разнообразие внутри индивида и внутри социальных групп.

Некоторые исследователи упорно говорят о том, что это приводит к фрагментации идентичности, к утрате стабильности и удовлетворения, для других же это проявление демократизирующей силы, которая открывается в новом опыте и новых возможностях, стимулирует «децентрализованное» Я и вызывает эмоциональный подъем. Но каковы бы ни были различия в точках зрения, в одном соглашаются все: новый индивидуализм существует, как и признание права на различный образ жизни, и согласие с фактом, что класс — сам термин — является конструктом социологов, который навязывался субъектам исследований и утратил свои позиции как фактор, определяющий другие нормы поведения и предпочтений и как основа для мобилизации людей на политические и индустриальные фронты.

И снова мы можем оценить, насколько значительную роль играет информация и ее обращение в постфордистском режиме. Поскольку фордизм трансформировался от производства к ориентированной на потребителя системе, мы видим не только сокращение промышленных рабочих, но и возникновение более индивидуалистической, сосредоточенной на потреблении личности. Разумеется, в жизни такой личности информация не может не играть значительной роли, поскольку, во-первых, потребители должны знать, что и где они могут потреблять, а во-вторых, в наше индивидуализированное время они заявляют о себе посредством потребления. Оба фактора способствуют распространению информации, первый — поскольку он связан с рекламой и продвижением товаров (информация достигает потребителя), второй — потому что тут работает символическое измерение потребления: люди, пользуясь теми или иными вещами и отношениями, заявляют о самих себе, снова производя информацию.

Теория Роберта Райха

Такого рода размышления собраны воедино Робертом Райхом (Reich, 1991) в его книге *The Work of Nations: Preparing Ourselves for 21st Century Capitalism*. Эта работа важна не только тем, что в ней ясно озвучен новый постфордистский консенсус, который состоялся в 1990-х годах*, но и тем, что написана ученым, который

* И другие мыслители, особенно Лестер Туроу (Thurow, 1996) и Мануэль Кастельс (Castells, 1996–1998), которому я посвятил отдельную главу в этой книге, также формулировали это новое мышление.

был министром труда Соединенных Штатов при Клинтоне и оказал очень существенное влияние на появившиеся тогда течения Нового труда и «третьего пути». К концу второго тысячелетия влияние Райха было столь сильным, что его именем с полным основанием можно назвать новую политику в сфере труда. Одно из положений Райха состоит в том, что развитие, и в особенности глобализация, в последнее время зависели не столько от ИКТ, сколько от способности человека обрабатывать, анализировать и распространять информацию.

Это интригующее положение основано на его заявлении, что основные правила экономического поведения изменились. Райх полагает: то, что было когда-то хорошо для американских корпораций, было хорошо и для Соединенных Штатов, поскольку производство концентрировалось в пределах США (и, значит, предоставляло работу американцам), но глобализация изменила эту благоприятную ситуацию. Сейчас уже невозможно с точностью определить границы между национальными экономиками. Перетекание капитала и производства достигло такой степени, что «сама мысль об американской экономике перестает иметь смысл, так же как понятия «американская корпорация», «американский капитал», «американский продукт» и «американская технология» (Reich, 1991, с. 8). Теперь экономика функционирует вне зависимости от национальных границ, поддерживается, по словам Райха, «глобальной паутиной» отношений между корпорациями и внутри корпораций, владельцами которых являются несметные множества акционеров, рассеянных по всему миру.

Побуждаемые глобализацией корпорации *вертикально дезинтегрируются*, понижая уровень бюрократизации. Этот процесс был наглядно продемонстрирован во множествах случаев сокращений, когда «перестроенные» компании избавлялись от среднего звена менеджмента. Устоявшаяся догма и социологии, и бизнеса, гласящая, что бюрократическая организация является предпосылкой эффективности, поскольку правила и процедуры в сочетании с четкой иерархией обеспечивают бесперебойность деятельности компании, была поставлена под сомнение. Глобализованная экономика слишком быстро развивается, чтобы позволить себе столь громоздкую структуру управления, и слишком конкурентна, чтобы позволить себе роскошь иметь многоуровневую бюрократию. В результате этих отсечений оставшимся и способным успешно вести дела в новом мире было придано больше полномочий (подробнее я буду говорить об этом далее).

Произошел поворот от массового производства к *производству товаров высокой ценности и сервису*. Это стимулирует дифферен-

циацию, инновации и применение знания в экономике, поскольку постоянно происходят поиск специализированных рынков, разработка новых продуктов, и их символическое значение и техническая изощренность все время возрастают.

Массовое производство фордистской эры на глобализованном, но все в большей степени специализированном рынке уступает место гибкой кастомизации, которая особо чувствительна к запросам и изменениям рынка. Продукция становится все более *насыщенной информацией и знанием*. Например, дизайн футболки (и соответствующий маркетинг) может обладать гораздо большей ценностью, чем материалы, из которых она изготовлена. Кроме того, глобальный рынок отдает предпочтение тем, кто способен определить свои ниши в любых местах земного шара, выявить возможности, где бы они ни открывались, уменьшить расходы благодаря разумному ведению бухгалтерии и правильному менеджменту. В связи с этим на первое место выходит все то, что создает продукту или услуге наибольшую добавленную стоимость. Одной способности что-то производить теперь мало, главным фактором становится способность увеличить стоимость товара и работать на успех компании. В общем, этот сдвиг в сторону повышения ценности увеличивает значение тех отраслей, которые Лестер Туроу (Thurrow, 1996) называет «мозговыми отраслями», — биотехнологий, средств массовой информации и компьютерного программирования, потому что они являются единственно верной ставкой в глобальной экономике, ибо дешевая рабочая сила, которой в мире много, без этих отраслей не в состоянии производить новую сложную продукцию, причем эта продукция может стоить даже дешевле, чем сейчас, так как, если товар уже разработан, стоимость его производства становится минимальной.

В результате сочетания этих факторов становятся *приоритетными определенными видами профессий* — те, которые связаны с оперированием и управлением по глобальным сетям, которые предоставляют возможность быстрой смены дизайна и обеспечивают добавленную стоимость продуктам и услугам средствами науки, креативных навыков, финансовой проницательности и даже эффективной рекламы.

Роберт Райх полагает, что эти примерно 20% занятых, которых он называет символическими аналитиками, поддерживают единство и расставляют «предпринимательские сети». Это люди, которые «постоянно вовлечены в оперирование идеями» (Reich, 1991, с. 85) и обладают «интеллектуальным капиталом», определяющим успех в XXI в. Символические аналитики «определяют и решают проблемы или посредничают при их решении, оперируя символами» (с. 178), в их профессиях главное — умение абстрактно и систем-

но мыслить, эксперимент и сотрудничество. Они определяют проблемы, они их решают, они — стратегические посредники, их сфера деятельности — банковское дело, право, конструирование, вычислительная техника, бухгалтерия, средства массовой информации, менеджмент и академическая наука.

Все эти профессии объединяются тем, что они *информационные*. Разумеется, эти люди являются экспертами в той или иной области, но именно потому, что они работают в мире постоянных лихорадочных перемен, их главное достоинство — огромная *гибкость*, возможность адаптировать свои способности к бесконечно возникающим новым ситуациям. Информационный работник всегда способен сам себя переобучать, он внимателен к новейшим течениям мысли в своей области, пристально следит за колебаниями на изменчивом рынке, переменами в общественных настроениях и всегда может усовершенствовать продукт.

Такому работнику не хочется занимать постоянную должность в солидной корпоративной бюрократии, он предпочитает переходить *от проекта к проекту*, заключая краткосрочный консалтинговый контракт и привлекая свои расширяющиеся сети и постоянно обновляемые знания для эффективного выполнения своей задачи. Характерной чертой информационного работника является переход от одного исследовательского проекта к другому, от одного маркетингового контракта к другому, от одной работы в масс-медиа к другой. Свою карьеру, свой «портфолио» он делает сам, а не принимает из рук корпоративной бюрократии (Handy, 1995).

Некоторым представляется, что в таком мире нет безопасности и его характерной чертой становится возрастающая социальная фрагментация (Hutton, 1995), но есть и более оптимистические точки зрения. Фрэнсис Фукуяма (Fukuyama, 1997), например, полагает, что такие «плоские» организации доверяют своим сотрудникам, которые находят удовлетворение в самостоятельности, и, хотя корпоративная преданность в такой группе снижается, тот факт, что эти высокопрофессиональные специалисты постоянно встречаются друг с другом в работе над определенными проектами, может стимулировать «социальный капитал», поскольку между ними возникают крепкие этические и профессиональные связи.

Проблемы постфордизма

Фордистские (и постфордистские) теоретические построения вызвали интерес в интеллектуальных кругах. У некоторых этот интерес поначалу был связан с желанием понять, почему британ-

ским левым было отказано в электоральной поддержке: избиратели упорно (в 1979, 1983, 1987 и 1992 гг.) не желали откликаться на коллективистские призывы и испытывали явную антипатию к устаревшему имиджу лейбористской партии. У такого провала должны были быть причины: в конце концов в послевоенный период до 1970-х годов население не раз оказывало лейбористам поддержку, так что же потом изменилось? Говоря в общих чертах, возникло понимание, что происходят стремительные перемены — огромный избыток рабочей силы в традиционной промышленности, возникновение новых профессий, мощный натиск новых технологий, резкие колебания валютного курса и т.д., — в связи с чем многие исследователи были убеждены, что рождается что-то кардинально новое. И потому неудивительно, что было написано множество различных книг и статей, в которых провозглашалось наступление «новых времен» (1998).

К сожалению, именно акцент на кардинально «новых временах», подразумеваемый концепцией постфордизма, представляется наиболее проблематичным. С уверенностью предполагается, что общество претерпело глубинную, системную трансформацию. И действительно, к какому же иному выводу можно прийти, если представляемые постфордизмом характеристики так разительно *отличаются* от того, что было прежде? Практически все измерения — от способа производства, классовых структур, способа потребления, трудовых отношений и вплоть до нового понимания личности — постфордизм трактует так, что это означает полный разрыв с фордистской эрой (ср. Hall and Jaques, 1989).

Такой подход позволяет заметить иронию сходства постфордизма и консервативной теории постиндустриального общества Дэниела Белла, которую мы рассматривали в главе 3; теория постиндустриализма при описании грядущего века также делает упор на резком отличии настоящего от недавнего прошлого, хотя эти две концепции исходят из совершенно разных интеллектуальных традиций. И Кришан Кумар (Kumar, 1992) действительно рассматривает постфордизм как «версию теории постиндустриального общества» (с. 47), отмечая на удивление схожие темы и тенденции.

Здесь будет бесполезно вспомнить, что, поскольку частная собственность, рыночные критерии и корпоративные приоритеты играют главную роль, и это признается по крайней мере версией теории постфордизма в исполнении школы регулирования, мы пока что имеем хорошо знакомую нам форму капитализма. Более подходящим был бы термин неофордизм, так как в нем подчеркивается приоритет *преемственности* перед переменами. В таком случае получается, что неофордизм — это решительная попытка

перестроить и укрепить капитализм, совсем не означающая его вытеснения.

Большая часть возражений, по крайней мере, против самых сильных версий этой теории, сосредоточивается на стремлении акцентировать перемены, упуская из виду преемственность. Сторонников теории это часто заставляет приходить к бинарной оппозиции (фордизм или постфордизм), что означает упрощенческий подход к истории и недооценку непрерывного существования капиталистических отношений. Здесь не место говорить подробнее об этих возражениях, поэтому я коротко остановлюсь на основных критических суждениях.

- ♦ Описание фордизма предполагает, что между 1945 и 1970 гг. было достигнуто полное равновесие, а это далеко не так. Например, в Великобритании между 1950 г. и серединой 1970-х число рабочих мест на фермах сократилось на треть (Pollard, 1983, с. 275; Newby, 1977, с. 81), что сильно повлияло на сельское хозяйство, однако не породило никаких теорий о глубоких социальных переменах.

Когда сталкиваешься с утверждением постфордистов, что классовая политика ушла в прошлое, так как рабочий класс (имеются в виду работники физического труда) исчезает, то стоит вспомнить: *промышленный* рабочий класс всегда и везде составлял меньшинство за единственным исключением — в Великобритании (но и здесь он был в большинстве в течение короткого периода), а большая часть физической работы в новой истории приходилась на долю сельскохозяйственных рабочих. В Великобритании середины XIX в., например, 25% всех занятых составляли сельскохозяйственные рабочие, что превосходило число всех занятых в горной промышленности, транспорте, строительстве и машиностроении (Hobsbawm, 1968, с. 283, 279). Постоянный упадок сельского хозяйства (сейчас на него приходится всего 3% общего числа занятых) подчеркивает лишь тот факт, что состав рабочего класса (т.е. работников физического труда) неоднократно менялся (Miliband, 1985) и на смену исчезающим профессиям приходили новые.

А если так, то мы можем скептически отнестись к тем исследователям, которые приходят к выводу об окончательном исчезновении рабочего класса, поскольку наблюдается неуклонный рост «беловоротничкового» труда. Это во многом зависит от дефиниций и критериев этих дефиниций. Быстро растущая армия работников нефизического труда, конечно, обладает особыми характеристиками, но

было бы преждевременно делать вывод, что они сильнее отличаются от современного рабочего, чем в начале века промышленный рабочий отличался от сельскохозяйственного. Более того, обратив внимание на другие подобные различия внутри профессий физического труда, мы можем возразить, что периода гомогенности рабочего класса, как предлагается фордистской типологией, никогда не было. И, наконец, если говорить об избирательных предпочтениях, следовало бы вспомнить, что в 1950-х годах в Великобритании консерваторы пользовались постоянной поддержкой.

В общем, нельзя забывать, что приравнивание работников физического труда к рабочему классу, обладающему якобы единым мировоззрением, — всего лишь теоретическая конструкция интеллектуалов. И она может навязать выводы, которые не имеют ничего общего с действительностью, заставить нас предположить, что непреодолимая пропасть отделяет труд рабочего класса от труда «белых воротничков» (и, значит, среднего класса?). Наконец, рассматривая эти проблемы, нам следует помнить, что физический труд вовсе не исчез в «постфордистскую» эру — в Великобритании сейчас им заняты чуть меньше половины работников.

- ♦ Постфордизм много внимания уделяет сокращению занятых на фабриках и заводах и сдвигу в сторону услуг, связанных с финансами и досугом. Это бесспорная эмпирическая истина, но, как мы уже говорили в главе 3, трудно доказать, что это означает действительно глубокое изменение. Напротив, рост сектора услуг следует объяснять разделением труда, которое вводится для увеличения эффективности капиталистического предпринимательства.
- ♦ Особая роль, которую постфордизм отводит потреблению, к чему я еще вернусь в следующей главе, вызывает много возражений. Вот главные из них:
 - Отмечают, что потребление имеет долгую историю, а потому постфордистское утверждение о его новизне порождает сомнения. Потребление стало играть важную роль по крайней мере с конца XVIII в., когда промышленность начала выпускать доступные потребительские товары в больших масштабах (McKendrick *et al.*, 1982). И в долгосрочной перспективе процесс развития в последнее время может свидетельствовать об ускорении тенденции и вряд ли — о том, что произошел сейсмический сдвиг «от производства к потреблению».

— Довод о том, что потребление характеризуется возросшей индивидуализацией людей (акцент на различия) и способностью производителей обеспечивать соответствующий кастомизированный продукт, является спорным, особенно потому, что с его помощью утверждается отличие постфордизма от фордистской эры массового потребления и массового производства.

Против этого выдвигается много возражений, и основное среди них — массовое производство и массовое потребление не снижают темпов. Если в 1960-е годы это были телевизоры и автомобили, то автомобили остаются в этом ряду и сейчас, к ним лишь добавились видеомагнитофоны, плееры и компакт-диски, персональные компьютеры и посудомоечные машины, кухни со встроенным оборудованием, сборная мебель и прочее из этого последнего поколения массово производимых потребительских товаров (которое хотя бы отчасти стимулируется рыночной ситуацией в других областях). Конечно, сегодня стало доступно больше потребительских товаров, но все это вписывается в рамки традиционного массового производства для массового потребителя. Это полностью стандартизованные товары (зачастую конструируемые на основе модулей), что предполагает значительное единообразие потребителя.

Кроме того, утверждение постфордистов о несовместимости массового и индивидуального потребления (тут обязательно вспоминают о мрачных и тусклых 1950-х) сомнительно, хотя бы потому, что сейчас — как и поколение назад — вполне возможно так использовать массово произведенный товар, чтобы он подчеркивал вашу индивидуальность. Например, из сшитой на конвейере одежды можно подобрать такие сочетания, которые будут сугубо индивидуальными. В действительности потребительские товары на основе модулей, сознательная стратегия корпоративных поставщиков — это попытка удовлетворить потребность покупателя в выборе *в рамках* массового производства.

- ♦ Отметив, что массовое производство остается преобладающим, перейдем к рассмотрению того, какова организация корпоративного сектора. Одна из главных тем постфордистской теории — гибкость, которая в наше время предоставляет маленьким, быстро разворачивающимся инновационным организациям возможность выйти на рынок и взять верх над более крупными конкурентами благодаря большей ориентированности на нужды потребителя.

- ♦ Против этого следует возразить, что история последних 50 лет демонстрировала постоянную экспансию корпораций и увеличение их размеров. Одной из основных характеристик глобализации стало постоянное преобладание корпораций, которые — в какой бы сфере они ни действовали — всегда имеют львиную долю рынка. *Любое* изучение ведущих секторов *любого* экономически значимого рынка — будь то компьютеры, автомобили, телекоммуникации, бытовая техника, радиоаппаратура, фрукты и все что угодно — подтвердит сказанное. Действительно, производит впечатление, что очень много корпоративных лидеров первых десятилетий XX в. продолжают удерживать передовые позиции в современной глобализованной экономике, например, *Ford, General Electric, Shell Oil, Siemens, Proctor and Gamble, Daimler-Benz, Coca-Cola, Kellogg, IBM, ICI, Kodak, Philips, General Motors* и *Fiat*. Это ярко демонстрирует фундаментальную преемственность (мы не принимаем в расчет редкие смены названий и слияния) в послевоенной (и даже довоенной) истории, что может убедить каждого не торопиться с провозглашением какой-либо «постэры».

Кроме того, весьма мало оснований предполагать, что эти индустриальные гиганты собственными силами не могут удовлетворить разнообразный спрос или даже создать его. Новые технологии вместе с более подвижным маркетингом означают, что ТНК «полностью готовы к разнообразию массовой продукции» (Cunry, 1993, с. 110). Одна из ложных предпосылок постфордистских теорий — предположение, что корпорации почему-то не способны быстро реагировать на локальные и особые потребности. Но не существует никакой логической несовместимости между глобальным масштабом и способностью отвечать на локальные потребности (Harrison, 1994). Действительно, умные маркетологи, вооруженные соответствующими информационными базами и сетями, вполне готовы к *целевому* удовлетворению потребителей, разбросанных по всему земному шару. Таким образом, глобализм и удовлетворение локального спроса могут гармонично существовать в «гибких транснациональных корпорациях», как определил их Кевин Робинс (Robins, 1991b, с. 27). Кроме того, ТНК обладают мощной формой гибкости, которая меньшим компаниям не под силу, а именно ресурсами, что дает им возможность покупать небольшие и предприимчивые компании, которые за-

рекомендовали себя, например, продвижением нового продукта или открытием новой ниши.

Постфордизм критикуют с разных сторон, но суть критики — в отрицании того, что фордизму как достаточно точному описанию капиталистического предпринимательства брошен серьезный вызов. Возрастающая угроза европейским и американским корпорациям со стороны Японии и Юго-Восточной Азии, где массовое производство разрастается, вызывает еще больше вопросов к тем исследователям, по мнению которых, оно уже нежизнеспособно. Кроме того, хотя и можно найти примеры вертикальной дезинтеграции, относительно доминирующих ТНК это, по меньшей мере не совсем верно, поскольку они предпочитают сохранять и вертикальную, и горизонтальную интеграцию, так как это усиливает корпоративный контроль.

Гибкая специализация

Подобная критика постфордистских концепций имеет основания, но она всегда может быть отвергнута, во всяком случае последователями школы регулирования, тем доводом, что рассматривается не вся система в целом, а скорее, мутация капиталистического режима накопления. Можно возражать против неточности и неопределенности их анализа — какова конкретно преемственность? как велики перемены? каково соотношение между преемственностью и переменами? — но, поскольку большинство этих теоретиков исходят в своих взглядах из широкой марксистской перспективы и интерес для них представляет динамика капитализма, у них всегда остается последнее оборонительное оружие: в ответ на аргумент, что капиталистические отношения продолжают свое существование, эти авторы могут возразить, что они только выявили иной способ капиталистического предпринимательства.

Однако существует другая влиятельная школа, для которой отправной точкой служит более сфокусированная позиция и которая представляет другой вариант постфордизма, где предусматривается еще более решительный разрыв с прошлым. Труды Майкла Пайора и Чарльза Сейбла (Piore and Sabel, 1984), в центр которых поставлена работа (выражаясь более академически, трудовые процессы), предполагают, что распространение гибкой специализации и гибкого производства повлечет за собой существенные преимущества для различных образцов жизни. Поскольку эти теоретические построения особо подчеркивают роль информации (знания) в

постфордистских трудовых процессах, они заслуживают рассмотрения отдельно от более общей теории школы регулирования.

Посылка такова: во времена фордизма, когда доминировало массовое производство, его большие объемы стандартизированной продукции требовали специализации оборудования и как следствие специализации труда, что неизбежно приводило к низкому уровню трудовых навыков. Если представить конвейер на большом заводе, то сразу понимаешь, о чем идет речь. Тогда нормой была тейлоровская система (жесткий хронометраж движений, иерархический надсмотр, сведение операций до рутинных движений, расписанных менеджерами), а необходимым условием — малоквалифицированный или неквалифицированный труд.

По причинам, о которых я скажу далее, Пайор и Сейбл считают, что «мы переживаем второй индустриальный раздел», сравнимый с тем, что происходил в конце XIX в. и привел к массовому производству. Второй разрыв возвещает «гибкую специализацию», радикальный разрыв с монотонным и неквалифицированным трудом эпохи фордизма, в результате которого повысится квалификация наемных работников и возрастет разнообразие производимых товаров. Подобная гибкость задает тон новому веку, она уже существует в итальянской области Эмилия-Романья* (Sabel, 1982) и призвана покончить с отупляющим трудом и вернуть нас к ремесленному способу производства — Пайор и Сейбл мечтают даже о возрождении «демократии йоменов» — в маленьких кооперативных предприятиях, которые способны быстро отвечать на изменчивые потребности рынка.

Чтобы объяснить возникновение гибкой специализации, приводятся три основные причины. Во-первых, предполагается, что беспокойная обстановка в сфере труда в 1960-х и начале 1970-х годов побудила корпорации децентрализовать свою деятельность посредством, скажем, увеличения числа субконтрактов и ухода с отечественных производственных мощностей. Это дало толчок распространению небольших, технически оснащенных фирм, очень часто учреждаемых теми, кто был уволен с реорганизуемых производств, но имел желание работать, квалификацию и способности к адаптации. Во-вторых, перемены в рыночном спросе стали очевидными, определилась дифференциация вкусов потребителей. Это создало возможности для производства небольших объемов продукции и высококачественных рыночных ниш, к чему гибкая специа-

* Имеется в виду «кластер», т.е. группа мелких и средних фирм, которые объединились, чтобы легче было противостоять изменяющимся запросам рынка. — *Прим. перев.*

лизация была хорошо адаптирована. В-третьих, новые технологии позволили маленьким фирмам производить конкурентоспособную продукцию, поскольку преимущества масштабного производства уменьшились, когда высокопрофессиональные фирмы стали более подвижными благодаря гибкости современных компьютерных технологий. Более того, новые технологии, чрезвычайно гибкие благодаря соответствующему программированию, одновременно и увеличивают конкурентоспособность малых фирм, и повышают квалификацию, потому что они «возрождают контроль человека за производственным процессом» (Piore and Sabel, 1984, с. 261).

Это упрощенный вариант теории гибкой специализации, который имеет мало общего с японской системой *kan-ban* («точно в срок»). Я остановлюсь на двух основных соображениях относительно гибкой специализации.

Во-первых, озабоченность вызывает удивительное разнообразие точек зрения, которые сходятся на этой концепции. Некогда многими разделяемая уверенность Гарри Брейвермана (Braverman, 1974) в том, что прогресс капитализма требует все более неквалифицированного труда (ср. Penn, 1990), сменилась убежденностью интеллектуальных кругов в том, что гибкая специализация, которая станет знаком наступающего века, может поднять квалификацию наемных работников. В Великобритании в число этих интеллектуалов входят многие — от Джона Аткинсона (Atkinson, 1984), чьи ранние исследования «гибких фирм» устраивали политических и бизнес-лидеров, требующих гибкой рабочей силы для противостояния конкурентным вызовам и рецессии (Atkinson and Meager, 1986), до Пола Хирста и Джонатана Цейтлина (Hirst and Zeitlin, 1991), которые, опираясь на марксистскую традицию, утверждали, что гибкая специализация может быть сформирована всюду, где существуют благоприятные условия для «сотрудничества и координации», которые обеспечивают необходимый «несократимый минимум доверия» между рабочей силой и нанимателями (с. 447). За Атлантическим океаном также существует большое число сторонников этой идеи, от радикалов, как Фред Блок (Block, 1990), который считает, что «постиндустриальные возможности» поднимут «уровень квалификации» (с. 103), до профессора Гарвардской школы бизнеса Ш. Зубофф (Zuboff, 1988), которая усматривает в развитии последних лет перспективу «серьезных перемен в трудовых навыках» (с. 57).

Во-вторых, *информация*, которой отводится главная роль в гибкой специализации, рассматривается с различных точек зрения. Согласно одной из них, которую разделяют многие авторы, сосредоточившие свое внимание на производительном труде, ИКТ

служат главным признаком гибкой специализации и обеспечивают ее. Новые технологии — это умные технологии, их отличительная черта — инкорпорирование больших объемов сложной информации. Таким образом, программы, по которым они работают, являются их более значительной составляющей, чем любая другая функция, которую они исполняют. Именно эти встроенные в них информационные блоки определяют степень их гибкости, позволяя, например, выпускать рентабельную мелкосерийную продукцию, осуществлять кастомизацию товара и быстро менять операции. Кроме того, именно этот информационный элемент обеспечивает гибкость самого трудового процесса, так как для работы тут требуется владение различными навыками и адаптивность, а значит, и гибкость (что само по себе выдвигает информацию на первый план). Если раньше работник выучивал некий набор приемов «раз и навсегда», то в информационном веке он должен быть постоянно готов к овладению новыми навыками по мере внедрения новых (или перепрограммированных) технологий. Такая «широта навыков» (Block, 1990, с. 96) означает, что работник будет обучаться и переобучаться в постоянном режиме, а это в первую очередь информационная задача.

Другой способ объяснения главной роли информации также основывается на том, что в производство внедряется все больше программируемых технологий. Само наличие такого сложного оборудования требует от работника владения информацией (знанием) обо всей системе в целом для того, чтобы справляться с неизбежными сбоями в работе этой системы. Таким образом, информационные технологии не только стимулируют постоянное переобучение, но и нуждаются в работнике, который мог бы овладеть сведениями о внутреннем устройстве системы. По терминологии Ларри Хиршхорна (Hirschhorn, 1984), это «постиндустриальные рабочие», которые «должны уметь наблюдать за всем производственным процессом и понимать его настолько, чтобы ликвидировать любую неполадку» (с. 2). Информационные технологии на производстве — это «постиндустриальные технологии» (с. 15), которые снимают значительную часть физических нагрузок и монотонность работы на конвейере, однако требуют «большей мобилизованности и наблюдательности, что необходимо из-за несовершенства кибернетических технологий и сбоев в их работе». Поэтому «обучение должно быть организовано так, чтобы оно готовило рабочих к вмешательству во время неожиданных неполадок системы», т.е. им необходимо понимание работы всей системы в целом и постоянные «переподготовка и обучение». Таким образом, мы можем предвидеть, что «рабочий, который был контролируемым элементом

производственного процесса, станет сам осуществлять контроль, контролируя контроль» (с. 72–73). Таким образом, труд рабочего будет «образованным» (Block and Hirschhorn, 1979, с. 369), а сам рабочий, вынуждаемый к тому информационными технологиями, будет вести «подвижный, гибкий образ жизни» (с. 379).

Более того, гибкая специализация побуждает работника к участию в планировании работы. То есть компьютеризация производства обеспечивает оператору «петлю обратной связи», «кибернетическую обратную связь» (Hirschhorn, 1984, с. 40), что дает ему возможность перепрограммирования системы. Здесь рабочий предстает как человек, информационно восприимчивый, осведомленный благодаря передовым технологиям обо всем, что происходит в производственном процессе, и способный умственным усилием совершенствовать систему в целом. Зубофф (Zuboff, 1988) называет это *рефлексивностью*, которая возникает из самой работы с ИКТ как «информирующего» (с. 10) процесса, который, как она полагает, порождает «интеллектуальные навыки».

Скотт Лэш и Джон Юрри (Lash and Urry, 1994) элемент рефлексивности поднимают на еще большую высоту, перенося акцент с ИКТ на информацию как таковую и принимая во внимание не только процессы производства, но и другие виды труда. По их мнению, мы живем в эпоху «рефлексивного накопления», когда экономическая деятельность все больше зависит от работников (и от нанимателей), поскольку она становится все более самоконтролируемой, способной отвечать на запросы потребителей, рынков сбыта и — что немало важно — быстро и эффективно реагирует на технические инновации. Тут информация занимает центральное место, так как она одновременно является элементом важнейшего рефлексивного процесса, который направляет все, и исходным материалом для постоянного процесса принятия решений и совершенствования на основе мониторинга продукции и рынков сбыта.

Символы проникли в производство товаров настолько, что во многих отраслях *дизайн* выходит на первое место, причем одновременно наблюдается взрывной рост отраслей, в которых символ является первичным и доминирующим (например, индустрия культуры). Эти перемены особенно наглядны, доказывают Лэш и Юрри, в автомобилестроении (где огромная часть новизны касается дизайна, а не технических усовершенствований), но еще сильнее они проникли в музыкальный бизнес, на телевидение и в издательское дело — быстро развивающуюся индустрию культуры, где информацией пропитаны все аспекты работы (с. 220–222).

Утверждается, что по мере увеличения информационной составляющей возрастает «дизайн-интенсивность» работы, либо в

производстве «стильной» одежды и мебели, либо в сфере туризма и досуга. Возражая против представления, что труд — это монотонное фабричное производство, Лэш и Юрри рассуждают, каким образом даже в производстве товаров оказываются задействованы процессы, требующие от продукта «эстетизации», т.е. отражения культурных тенденций, что влияет и на трудовые отношения, в которые, особенно в области ИКТ, внедряется этика, «подобная университетской». С учетом этих тенденций Лэш и Юрри полагают, что труд может принимать одну из двух форм: либо инновации передаются в производственную сферу и операторы выполняют бóльшую роль в процессе производства (по Хиршхорну), либо производственная сфера будет оставлена в стороне, а ее функции примут на себя «профессионалы-менеджеры» (с. 122), которые уже заняты в области высоких технологий и передовых производственных и потребительских услуг. В любом случае в эру гибкой специализации будущее остается за высокопрофессиональным трудом.

Web-отношения

Здесь стоит вернуться к Роберту Райху (Reich, 1991), идеи которого были отчасти представлены выше. Предположение Райха о том, что «символические аналитики» стали главным двигателем экономики и организаторами инноваций, легко сочетается с концепцией гибкой специализации. Райх полагает, что «символические аналитики» — те, кто обдумывают, анализируют и планируют в информационный век, — осуществляют и развивают те методы работы, которые легче понять не с позиций внутрикорпоративной иерархии, а с позиций «глобальной паутины». Эту идею разделяли многие влиятельные социологи, в том числе Мануэль Кастельс, которому будет посвящена следующая глава.

Главный аргумент состоит в том, что труд все в большей степени становится предметом не столько вертикальных, сколько горизонтальных отношений. В фордистскую эру большинство людей работали на какую-то определенную компанию, и годами взбирались по карьерной лестнице, получая в обмен на свою лояльность твердую ежегодную прибавку и гарантированную пенсию в конце трудовой жизни. Однако сейчас корпорации разрушают корпоративную иерархию из соображений экономии затрат (и потому что ИКТ дают такую возможность), а также для повышения своей конкурентоспособности, но все эти меры ведут к тому, что больше полномочий получают те, кто внедряет и инициирует иннова-

ции (соответственно обеспечивая новые рыночные возможности). Это хорошо образованные и квалифицированные люди, их не слишком интересует бюрократические тонкости. Их лояльность и заинтересованность обращены не на компанию (которая раньше извлекала немало из лояльности сотрудников для повышения эффективности и конкурентоспособности), а на проект, над которым они работают. Но в еще большей степени они идентифицируют себя с коллегами по всему миру, работающими в той же области. Высокая оценка коллег — вот главная мотивация, а не ежегодная надбавка к заработной плате или выходной, проведенный с сотрудниками компании.

В своей ежедневной работе они опираются в основном на сетевые связи с коллегами, которые могут находиться на значительном расстоянии от них. Но поскольку все они в «паутине», их легко собрать, когда это необходимо. В мире, где главным конкурентным преимуществом является гибкость, информационные эксперты, которые умеют действовать быстро и имеют список достижений, подтвержденных несколькими успешными проектами, пользуются наибольшим спросом, хотя на долгосрочной основе компании мало что могут им предложить. Понять это явление нетрудно, если представить себе работу программиста высокого класса, научного работника или журналиста. Такие люди редко придают основное значение своей компании, университету или газете, для них чаще всего самое важное — оценка коллег. Для них главная забота — программный продукт, находящийся в разработке, исследовательский проект или статья, готовящаяся к печати; с этой целью они постоянно прибегают к экспертизе своих сетей. Такие работники непрерывно совершенствуют свои умения, общаясь с коллегами и готовясь к следующему проекту; они с удовольствием переходят от одного проекта к другому. Короче говоря, они — гибкие специалисты *par excellence*.

Вполне понятно, насколько заманчивой кажется идея гибкой специализации, связанная с интенсивной информационной работой и высоким уровнем подготовки. Представление о постоянно обучающемся работнике придает образу «гибкости» достаточную достоверность. Еще более привлекательно то, что такого профессионального работника каждый видит в индустрии культуры, где все заняты тем, что подхватывают и развивают жадно выискиваемые новые идеи и стили, постоянно имея дело с информацией и ее обработкой, открывая новые рыночные ниши с помощью бесконечных инноваций. К этому типу может принадлежать автор книг по самообразованию, гид-экскурсовод, продюсер на телевидении, консультант по менеджменту.

И все же теории гибкой специализации вызывают упорную критику. Остановлюсь на основных возражениях.

Во-первых, у некоторых сторонников этих теорий заметен след технологического детерминизма, хотя они это и отрицают. Те из них, кто, как Хиршхорн (Hirschhorn, 1984), делает упор на кибернетические возможности компьютеров, легко попадают в русло традиции, которая предполагает, что передовые технологии предъявляют повышенные требования к квалификации. С точки зрения Хиршхорна, «индустриальная технология» «транскультурна» и с неизбежностью «повсюду формирует социальную жизнь по одним и тем же шаблонам» (с. 15); преодоление же такой ситуации (и освобождение) принесет только «постиндустриальная технология» [sic], которая влечет за собой гибкость.

Во-вторых, гибкая специализация противопоставляется массовому производству и тем самым некоторым образом противоречит сохраняющемуся доминированию больших корпоративных организаций. Однако это возражение сомнительно по нескольким причинам. Одна из них, о которой говорилось, состоит в том, что тут недооценивается гибкость гигантских корпораций, которые оказались способны внедрить новые методы работы, новые технологии, обеспечивающие подвижность производства, и выпускать продукцию на модульной основе, что дает возможность ее значительной дифференциации при сохранении массового производства.

Майкл Сейбл (Sabel, 1982) сам допускает, что «существующие фордистские фирмы могут оказаться способными удовлетворять меняющийся спрос без изменения фундаментальных операционных принципов» (с. 194). На эту возможность указывают и кейс-исследования на больших автомобилестроительных фирмах: *Nissan*, например, построила новый, с гибкими технологиями завод в Сандерленде, однако и там сохранил такие отношения между работниками, которые предполагают неусыпный контроль за подчиненными (Garrahan and Stewart, 1992). Исследования *Nike* (Vanderbilt, 1998) также показали, что производство остается совершенно фордистским, причем компания получает дополнительную прибыль в связи с тем, что 70% тренажеров производится в Китае и Индонезии, а организационные структуры и маркетинг — та самая критически важная информационная работа, которая создает добавленную стоимость в той части, которая касается кроссовок, — размещаются в Соединенных Штатах. Возможно, отмечает Кейт Гринт (Grint, 1991), не стоит придавать концептуального значения переменам, проводя столь решительное различие между гибкостью и массовым производством. Скорее, «происходит не замена одного способа производства другим, а развитие парал-

лельных и накладывающихся друг на друга способов, работающих на разные виды рынков» (с. 298).

В-третьих, несмотря на определенно существующие примеры гибкой специализации, массовое производство доминирует в развитых экономиках. Таким образом, резкая смена способа производства эмпирически ложна. Другие же утверждают, что в гибкости нет ничего особенно нового, она была присуща капиталистическому предпринимательству с момента его зарождения (Pollert, 1988, с. 45–46). XIX в. дает множество примеров специализированных предприятий для удовлетворения отдельных сегментов рынка, но никому не приходило в голову объявить, скажем, занятых в розничной торговле или игрушечных дел мастеров представителями гибкой специализации (ср.: Mayhew, 1971).

Хотя сторонники гибкой специализации представляют ее только в положительных тонах, ее можно интерпретировать и как возрождение «сегментированного рынка труда», как это называют некоторые исследователи. То есть ядро компании может действительно состоять из доверенных, профессиональных и подвижных работников, но за пределами этого ядра остаются намного более уязвимые (и как следствие менее гибкие) «периферийные» работники, занятые неполный рабочий день или работающие на основе краткосрочных или одноразовых контрактов (Gordon *et al.*, 1982). За последние годы их число значительно увеличилось, но остается сомнение в том, действительно ли это так, и бесспорно, что такая рабочая сила издавна была характерна для капиталистических предприятий.

В-четвертых, серьезное возражение связано с тем, что, как утверждается, вместе с постфордизмом возникает инициативная, быстро адаптирующаяся и легко перемещающаяся рабочая сила, тогда как на самом деле продолжительность работы на одном месте не уменьшается. Хотя существуют сведения (ср. Sennett, 1998) о «кратковременном» персонале и краткосрочных контрактах, более систематические данные говорят, что в действительности в 1980–1990-х годах люди стали дольше работать в одной компании (Bowers and Martin, 2000). Это может быть связано с тем, что люди предпочитают держаться за место в наши беспокойные времена, или возможность менять работу они находят внутри своей организации. И вполне может быть, что теория гибкой специализации надуманна и является плодом измышлений журналистов (у которых на самом деле положение с работой нестабильно) и академических ученых, проецирующих собственный опыт на все общество.

И наконец, самые резкие нападки исходят от Анны Поллерт (Pollert, 1988, 1990), которая критикует теорию гибкой специали-

зации за туманность и всеохватность; если же ее расчленишь на более поддающиеся проверке элементы (гибкость найма, гибкость профессии, времени, производства), то она много теряет в убедительности и оригинальности (хотя всегда оказывается, что именно работника и призывают к гибкости).

Резюме

В этой длинной главе я постарался дать обзор теорий, доказывающих, что состоялся переход от фордистского к постфордистскому режиму накопления, а также связанный с ними аргумент о переходе от массового производства к гибкой специализации. Подвести итог этим дискуссиям весьма сложно, поскольку приводимые аргументы во многом двойственны и неопределенны, они прямо не доказывают, пережили ли мы системный переход или же то, что мы сейчас имеем, продолжение устоявшихся капиталистических отношений.

По-моему, ясно, что нам следует относиться скептически к предположениям, будто на наших глазах произошла решительная перемена в социальных отношениях. О капиталистическом континууме наглядно свидетельствует наличие его основных характеристик: первичность рыночных критериев, товарное производство, наемный труд, частная собственность и корпоративная организация по-прежнему доминируют, свидетельствуя о связях с весьма далеким прошлым. Тем не менее исходя из принципа, что капитализм — это динамическая форма экономического и социального устройства, нельзя оспорить, что в послевоенный период мы наблюдаем серьезные сдвиги в ориентации труда, некоторые новые формы его организации, перемены в структуре занятости и т.п. Не станем совершать ошибку и переходить от констатации этого факта к утверждению, будто мы стали свидетелями социального перелома, сравнимого с переходом, например, от рабовладения к феодализму или с событием, которое произошло совсем недавно и оказалось более значительным, чем любой якобы переход от фордизма к постфордизму, а именно коллапс коммунистических режимов и попытки заменить их рыночными системами.

Оставив эти соображения в стороне, я отмечу несколько крупных изменений в капиталистической организации труда:

- ♦ Глубокая рецессия, которая поразила капиталистические общества в 1970-х годах, потребовала реструктуризации отношений, что неизбежно привело к нестабильности и «смещению пластов».

- ♦ Из-за глобализации в ее различных аспектах, которая происходила в ускоренном темпе, корпорации уже не могли поддерживать устоявшийся порядок, им пришлось отвечать на вызовы новой ситуации и использовать открывшиеся возможности.
- ♦ В течение всего этого периода транснациональные корпорации увеличивали свои размеры, размах и географическое присутствие в исторически беспрецедентных масштабах, что сделало их основными игроками в глобальной экономике.

Все вместе эти процессы дали толчок самым значительным переменам в капиталистическом предпринимательстве, в том числе и ускорению самих перемен, что потребовало более гибких стратегий производства, маркетинга и, во всяком случае до некоторой степени, потребления. И абсолютно критически важной на разных уровнях, начиная с цехов и офисов до корпоративных операций во всемирном масштабе, для этих процессов и для понимания перемен как таковых была информация.

Возможно, не информация породила все эти перемены, но сейчас она, бесспорно, играет наиболее интегрирующую роль в поддержании и адаптивности интересов и деятельности капиталистического предпринимательства.

- ♦ Информационные потоки, главным образом те сети, которые обеспечивают финансовые и прочие услуги, являются необходимым условием глобализованной экономики.
- ♦ Информация играет главную роль в менеджменте и контроле как внутри, так и вне транснациональных корпораций.
- ♦ Информация оказалась решающим фактором в возникающем глобальном локализме, с помощью которого увязываются и управляются международные и локальные проблемы и интересы.
- ♦ Информация стала интегральной частью рабочего процесса и потому, что компьютеризация проникает во все сферы труда, и потому, что во многих профессиях доля информации существенно повысилась. Организация, планирование и внедрение требуют в наше время все больше специалистов по информации — по терминологии Райха, «символических аналитиков», — а их деятельность оказывает все большее влияние на всех остальных.

5

ИНФОРМАЦИОНАЛЬНЫЙ КАПИТАЛИЗМ

Мануэль Кастельс

В 1996–1998 гг. Мануэль Кастельс опубликовал трехтомное исследование *The Information Age*, которое оказало огромное влияние на современные социальные науки. *The Information Age*, этот *magnum opus*, итог двадцатипятилетней работы, была завершена, когда здоровьем автора угрожало раковое заболевание. После выхода книги Кастельса признали крупнейшим из всех живущих ученых, которые занимаются проблемами современного общества; он стал излагать свои взгляды на телевидении, о нем писали такие газеты, как *Wall Street Journal*, *New Statesman* и *Guardian*. Трилогия Кастельса, содержащая около 1200 страниц, представляет собой энциклопедический анализ роли информации в настоящее время. Эта работа — одно из самых важных описаний характера современной цивилизации после *The Coming of Post-Industrial Society* Дэниела Белла, которого Кастельс превзошел размахом и масштабами своего исследования. После выхода *The Information Age* некоторые обозреватели поставили Кастельса в один ряд с Карлом Марксом, Максом Вебером и Эмилем Дюркгеймом. Я разделяю это мнение, поскольку убежден, что труд Кастельса — самое яркое описание основных характеристик и динамики развития современного мира, исполненное знаний, воображения и интеллектуальной строгости. Любой, кто стремится изучить роль и особенности информации — что предполагает попытку понять основные движущие силы социальной жизни, — а также то, каким образом информация встроена в перемены и ускорение этих перемен, не может не обратиться к труду Мануэля Кастельса.

Кастельс родился в Барселоне в 1942 г.; в возрасте 20 лет радикально настроенный студент бежал от франкистского режима. В Париже он завершил образование, преподавал во взбудораженном Нантерском кампусе Парижского университета, где участвовал в *événements** 1968 г., в 1972 г. опубликовал новаторскую и значительную статью *The Urban Question: A Marxist Approach*, написанную под

* *Événements* (фр.) — события. — Прим. перев.

влиянием популярного тогда структуралистского марксизма Луи Альтюссера (1918–1990). Чрезвычайно талантливый ученый в 1979 г. переезжает в Калифорнию, где в университете Беркли становится профессором городского и регионального планирования и социологии. С тех пор он живет в Сан-Франциско, однако Кастельс — неутомимый путешественник: он был приглашенным профессором почти в 20 университетах, разбросанных по всему миру от России до Сингапура, от Тайваня до Чили.

Репутация Мануэля Кастельса как исследователя урбанизации установилась очень давно (о чем свидетельствует его профессорское звание в Беркли). Его работа *The Urban Question* оказала значительное влияние на городское планирование, затем он написал еще несколько работ на эту тему, а кульминацией стал его труд *The Informational City* (1989). Он всегда интересовался проблемами урбанизации и до сих пор его труды способствуют пониманию таких проблем, как обновление и разъединение внутри городов.

Однако *The Information Age* стала синтезом и развитием его более ранних работ, в ней он показывает, что современная цивилизация носит действительно универсальный характер. В то же время книга отражает процесс его развития от «молодого Маркса» к тому, что можно было бы назвать постмарксистской социальной наукой. Это не значит, что Кастельс покончил с радикализмом. Он активный социал-демократ и страстно интересуется политикой. Действительно, эта ангажированность движет и питает его интеллектуальную работу, в этом он отчасти похож на Ч. Райт Миллза, Ральфа Дарендорфа и Дэниела Белла. И все-таки Кастельс — постмарксист, поскольку в *The Information Age* он приводит и развивает критику марксизма, намеченную в более ранней работе *The City and the Grassroots* (1983). Его постмарксизм проявляется по-разному: в убеждении, что радикальные политические перемены не могут быть инициированы рабочим классом (пролетариат как главный двигатель перемен теперь утратил свое значение); в его скептицизме, даже враждебности по отношению к коммунизму как конечной цели Кастельс пишет, что «все утопии ведут к террору, если предпринимается серьезная попытка воплотить их в жизнь» (с. 640); в его уверенности, что такие политические проблемы, как права животных и феминизм, которые играют сейчас серьезную роль, не могут быть объяснены в классовой терминологии, и в его желчной предубежденности против политических советов интеллектуалов (Castells, 1998, с. 359).

И хотя Кастельс, таким образом, оставил марксизм позади, марксизм все же отразился на его способе мышления. Как мы уви-

дим позже, это с очевидностью следует не только из того факта, что он прибегает к марксистским понятиям (например, «способ производства») и особо подчеркивает роль капитализма. Влияние марксизма можно проследить даже в том, как он выстраивает свою трехтомную *The Information Age*. В томе первом рассматриваются социальные структуры — технология, экономика, трудовые процессы, — которые присущи «информационной эпохе». Главной темой второго тома стала социология «сетевое общества», и в особенности те социальные движения, которые возникли как ответ на эти фундаментальные перемены, а потом извлекли преимущества из новой ситуации. Третий том посвящен политике, главной темой становятся социальное включение и исключение, затрагивается ряд вопросов: от бывшего Советского Союза до будущего Европы, тихоокеанского пула и значения глобальных преступных сетей. Такое выстраивание приоритетов напоминает марксистскую методологию — переход от структурных характеристик к социальной сфере и, наконец, к политике. Это определяет построение книги «Информационная эпоха» и, как мы увидим далее, дает Кастельсу понимание наиболее существенных причин, вызывающих перемены. Приоритет отдается вопросам экономики и технологии, а уж затем следуют проблемы общественного сознания и политики.

И что еще немаловажно, след марксизма очевиден в целостном понимании мира. Он полагает, что адекватно объяснить функционирование мира, а также самые характерные и влекущие за собой последствия черты социальной, экономической и политической жизни можно, только изучив взаимосвязанные элементы. Это не значит, что Кастельс дает функциональное описание того, как каждый элемент по отдельности работает в универсальных схемах. Напротив, он делает акцент на взаимосвязанности различных частей, хотя они иногда находятся в противоречивых отношениях, однако эти трения дают важный толчок к переменам. Стоит еще отметить, что Кастельс связывает, скажем, феминизм с процессами глобализации, а также с экономическими и технологическими инновациями, как и изменения в формах семьи и сдвиги в стратификации. Разумеется, идея тотального охвата не принадлежит исключительно марксизму, хотя и является важной составляющей марксистской традиции, оказывающей неизменное влияние на Кастельса. Эта традиция вышла из моды в наши «постмодернистские» времена, когда к «большому нарративу» относятся недоверчиво и все восторги направлены на частные особенности и различия. Исходя из марксистского видения, Кастельс против-

стоит сегодняшнему ортодоксальному неверию во всякого рода тотальные объяснения.

Далее я представлю основные положения взглядов Кастельса, особо четко представленные в *The Information Age* (см. Webster, 1995, глава 9 о дискуссии по проблемам урбанизации). Есть что-то некорректное в кратком представлении его труда, поскольку оно неизбежно сводится к набору довольно абстрактных и теоретических рассуждений. В таком обзоре невозможно показать, что для Кастельса является главным, он эмпирический социолог. Это не означает, что он просто фиксирует ситуации, собирая данные и их описания. Кастельс не только осведомлен о различных теориях, он глубоко их знает, но приоритетом для него остается эмпирический опыт. Для него отправной точкой служит не теория, которой потом следует строго придерживаться, невзирая на факты (эта предпосылка его работы также указывает на постмарксистскую ориентацию автора). Действительно, Мануэль Кастельс (Castells, 2000a) предлагает «пригодную для использования» теорию, ставшую до некоторой степени ответом на чрезмерное увлечение абстрактным теоретизированием постструктурализма. Свою работу Кастельс строит, используя множество эмпирических материалов, собранных по всему миру (как уж отмечалось, он много ездит, а также использует информацию от своих аспирантов, которых он побуждает изучать как можно больше локалий и разного рода предпринимательство). Эти свидетельства он с блеском анализирует, касается ли дело «дикого капитализма» в России после 1989 г., или внутренних городских гетто в Северной Америке, или хитросплетений политики Европейского Союза, и всегда он жаждет понять и осмыслить существенные тенденции и события.

Непрерывность или изменения?

Главный аргумент Кастельса состоит в том, что «информационная эпоха» возвещает появление «нового общества» (Castells, 2000c, с. 693), которое возникает благодаря разворачиванию сетей (обеспечиваемых ИКТ) и в котором приоритетное значение имеют информационные потоки. Об этом я скажу далее, но сейчас хотел бы отметить, что Кастельс никогда прямо не говорит о возникновении информационного общества. По его мнению, все общества использовали информацию, и соответственно термин «информационное общество» не имеет большой аналитической ценности для определения особенностей наступившей эры (Castells, 2000d, с. 21).

Описывая наше время, Кастельс предпочитает термин «информациональный капитализм». Здесь важно и определение, и существительное. С одной стороны, прилагательное дает ему возможность привлечь внимание к развертыванию информации, которая символизирует совершенно новые отношения. Информационализм, ключевой для Кастельса термин, означает «воздействие знания на знание как основной источник производительности» (Castells, 1996, с. 17), переход к «новой экономике», а также к «новому обществу». Термин «капитализм» дает Кастельсу возможность увидеть, что превалируют привычные формы экономических отношений (стремление к прибыли, частная собственность, принципы рыночной экономики и т.д.). Он отмечает, что «информациональный капитализм» — это особо безжалостная, захватническая форма капитализма, поскольку он сочетает в себе невероятную гибкость с глобальным присутствием (чего в предыдущих капиталистических эпохах не наблюдалось) благодаря сетевым связям (Castells, 1998, с. 338).

Эта книга создавалась для того, чтобы провести различия между учеными, которые делают акцент на системные перемены, прибегая к концепции информационного общества, и теми, кто с уверенностью полагает, что преемственность является самой значительной чертой настоящего. И кто угодно может задать вопрос: к какому лагерю следует отнести Кастельса? Он подчеркивает глубинность перемен (недаром его труд называется «Информационная эпоха: экономика, общество и культура») и одновременно делает акцент на то, что капитализм продолжает свое существование и что он стал опаснее, укоренился сильнее, чем когда-либо прежде. Мне представляется, что Кастельс хочет играть за обе команды, утверждая, что сочетание капиталистического развития и появление ИКТ в 1970-х годах привели к возникновению информационного капитализма. Кастельс признает, что в наше время капитализм играет ведущую роль (а это означает непреложную истину, что прежние отношения продолжаются и даже расширяются), и в то же время утверждает, что фундаментальные перемены наступают из-за установления «сетевого общества» и что эти сети служат необходимой предпосылкой будущей социальной организации. Неразрешенное противоречие между признанием, что капитализм есть самая главная характеристика нашего времени (преемственность), и утверждением, что информационализм имеет первостепенное значение (перемены), проходит через весь труд Мануэля Кастельса, к чему я еще вернусь.

Сетевое общество

Кастельс доказывает, что мы переживаем переход к «информационной эпохе», главной чертой которой становятся сети, связывающие между собой людей, институты и государства. Это вызывает множество последствий, но самое значительное — возможное усугубление разрыва между возрастающей глобальной деятельностью и обострившимся социальным разделением. Кастельса интересуют обе стороны вопроса, он хочет исследовать и способы, которыми глобализация усиливает интеграцию людей и различных процессов, и связанную с ней фрагментацию и дезинтеграцию. Это стало стержневой темой трилогии.

По Кастельсу, начало информационной эпохи восходит к 1970-м годам, к капиталистическому кризису, который ознаменовал собой конец того, что принято называть послевоенным устройством (полная занятость, растущие жизненные стандарты, государственные системы социального обеспечения и т.д.). Кризис ускорил реструктуризацию капиталистического предпринимательства, так как корпорации, застигнутые рецессией и возросшей конкуренцией, искали новые источники прибыли. Случилось так, что эта реструктуризация совпала с возникновением, по терминологии Кастельса, *информационного способа развития*, явления, тесно связанного с ростом информации и коммуникационных технологий.

Это одновременное развитие нам хорошо понятно, потому что реструктуризация капитализма в основных своих чертах была вопросом освоения новых технологий и ИКТ, осуществляемого в поисках новых способов коммерческой активности. Начиная с 1970-х годов новая форма капитализма, которую Кастельс называет *информационным капитализмом*, использует информационные сети для ведения дел как непосредственно на производстве (с новыми трудовыми приемами), так и для маркетинга по всему миру. Все это к тому же тесно связано с долгосрочным, постоянно идущим и ускоряющимся процессом глобализации, причем в такой степени, что в этом сетевом обществе капиталистическая деловая активность проходит в реальном времени без пространственных ограничений, чего нельзя представить без развитых ИКТ.

Для многих авторов распространение глобальных информационных сетей означает упадок национальных государств, поскольку границы не служат препятствием для электронных потоков информации и соответственно маркетинг, производство и распространение ведутся все больше в мировых масштабах, что размывает границы между странами. Кастельс это прекрасно понимает, од-

нако он не считает, что сети означают смерть национальных государств. В определенной степени они могут ослабнуть, и, разумеется, должны выйти на мировые рынки, но, как утверждает Кастельс, роль их останется значительной. И главным образом потому, что несмотря на тенденции к глобализации, существует связанная с этим потребность в максимальной адаптивности всех участников глобализации. Резкие и частые изменения рыночной ситуации и возможностей их использования стали обычными для мира, в котором «новая экономика характеризуется... созидательным хаосом» (Castells, 1996, с. 147), и в зависимости от обстоятельств национальные правительства становятся ответственными за использование открывающихся возможностей (и за их неиспользование). Таким образом, национальное государство сохраняет свое значение даже при том, что ему приходится действовать в глобальном вихре информационных потоков.

Кастельс делает беглый обзор, оценивая выигравших и проигравших в глобально интегрированном мире, подчеркивает различие результатов в странах Латинской Америки, бывшем Советском Союзе и новой Южной Африке. Для него различия на меняющейся мировой арене, где условные термины «север» и «юг» не столько проясняют, сколько затемняют вопрос, важны, поскольку показывают, что разного рода государственные стратегии могут привести к различным результатам в нынешнем мире. Эффективные правительства следуют курсом Японии и Сингапура, а «хищнические государства», такие как Уганда, Заир и некоторые другие африканские страны, становятся маргинальными по отношению к глобальному сетевому обществу, восполняя свои нехватки «политэкономией попрошайничества» (Castells, 1998, с. 114).

Рисуя картину мира, похожую на плотно сотканный ковер, Кастельс недвусмысленно дает понять, в каком направлении развивается сетевое общество. Новейшее международное разделение труда может быть различным, но общее направление его очевидно и имеет четыре варианта, а именно:

- ♦ производители высокой стоимости (основанной на информационном труде);
- ♦ производители больших объемов (основанных на невысокой стоимости труда);
- ♦ производители сырья (имеющего своей основой природные ресурсы);
- ♦ избыточные производители (пользующиеся обесцененным трудом).

Сетевое предпринимательство

Мы вошли в новую эпоху сетевого общества, которое возникло из сращения капитализма и «информационной революции». Кастельс полагает, что вопрос тут не только в глобализации, хотя, конечно, и она играет свою важную роль. Изменились и организационные формы, связанные с глобальной интеграцией, основывающейся на сетевом распространении, что привело к деbüroкратизации. Предполагается, что даже в гигантских транснациональных корпорациях бюрократия уступает место реальным «возмутителям спокойствия», информационным работникам, которые оперируют в сетях, заключая сделки по всему миру, работают над каким-то проектом и находят рыночные ниши и которые больше связаны с себе подобными, чем с той компанией, где они работают на временной основе.

Здесь Кастельс вроде бы отходит от более или менее ортодоксальных убеждений, обращаясь к идеям, весьма модным в школах бизнеса. Для исследователей-марксистов распространение информационных сетей служит показателем общей тенденции к усилению транснациональных корпораций в мировой экономике. Питер Дикен (Dicken, 1992), Ричард Барнет и Рональд Мюллер (Barnet and Müller, 1994), а также Герберт Шиллер (Schiller, 1984b) — представители этого широко распространенного мнения, согласно которому резкий и, видимо, необратимый рост транснациональных корпораций после Второй мировой войны тесно увязывается с распространением информационных сетей, которые и создавались по заказу этих больших корпоративных клиентов (Dan Schiller, 1982). Часто сравнивают богатства государств и транснациональных корпораций, причем оказывается, что из ста единиц, обладающих самыми высокими доходами, половина приходится на транснациональные корпорации, или же приводят данные о том, что телекоммуникационные компании получают наибольшие доходы от корпоративных заказчиков, как внутригосударственных, так и международных, или же оперируют тем фактом, что 20% мирового сельскохозяйственного и промышленного производства приходится примерно на 600 гигантских корпораций, и это вроде бы должно подтверждать вышеприведенный аргумент.

Однако Кастельс, утверждая, что интеграция означает полный переворот во всем, все же не прибегает ни к одному из этих доводов. Разумеется, он отмечает присутствие транснациональных корпораций в сетевом обществе, однако полагает, что оно угрожает этим гигантам, как и всем прочим, и если они не будут проводить изменения, то рискуют погибнуть. Следовательно, утверждает Ка-

стельс, транснациональные корпорации должны настолько вертикально дезинтегрироваться, чтобы трансформироваться в «горизонтальные корпорации» (Castells, 1996, с. 166). Поскольку в сетевом обществе, говорит он, все зависит от быстроты ответа на запросы глобального рынка и адаптивности, значит, сети в нем важнее всего прочего. Однако формально централизованная и иерархически выстроенная корпорация может поставлять продукцию и услуги по приемлемой цене и в срок, но это означает, что сети внутри и вне компании постоянно создаются и пересоздаются. То есть мы наблюдаем «превращение корпораций в сети» (с. 115), в которых стратегические союзы заключаются и распадаются в зависимости от конкретных обстоятельств и участников, а рецептом их успеха становится то, что менеджмент *Toyota* называет принципом пяти нолей (ноль дефектов, ноль технических ошибок, ноль отсрочек, ноль бумажной работы и ноль материально-производственных запасов).

Если транснациональные компании и продолжают существовать, полагает Кастельс, то лишь потому, что они коренным образом трансформировались. Ушли в прошлое глобальные империи, действия которых планировались и направлялись из единого центра в метрополии. В информационной экономике «большая корпорация... уже не может и больше никогда не сможет оставаться замкнутой и самодостаточной» (с. 163). Теперь она должна уступить полномочия сетевым организационным единицам — «самопрограммирующимся, самоуправляющимся, основой для которых служат принципы децентрализации, участия и координации» (с. 166). Таким образом, «глобализация конкуренции превращает большую корпорацию в паутину разнонаправленных сетей» (с. 193).

Во всем этом отчетливо слышится отзвук постфордистской теории (см. гл. 4) и постфордистское заклинание — «гибкость» — проходит через всю книгу Кастельса. Хотя он нечасто напрямую цитирует постфордистскую литературу, он обнаруживает свои взгляды, приводя в качестве примера новой парадигмы корпорацию *Cisco*, которая на 80% ведет бизнес через свой веб-сайт. У Кастельса (Castells, 2000e) для индустриального капитализма типична фордовская компания с огромными заводами, стандартизированной продукцией и иерархическим управлением, тогда как *Cisco* — архетипическое сетевое предприятие информационной эры (с. 180–184).

Все это вполне вписывается в теорию менеджмента и постоянно излагается на страницах *Financial Times*. Разумеется, глобальная экономика подвижна, нестабильна и рискованна для всех ее участников, во многом это следствие глобализации, которая вовлекла

некогда относительно защищенных (благодаря внутренним защищенным рынкам) корпоративных игроков в жесткую конкуренцию в мировом масштабе. Но постулат Кастельса одновременно и проще, и значительно глубже. Он утверждает, что «логика сети имеет больше власти, чем власть в сети» (Castells, 1996, с. 193), стараясь этим афоризмом донести мысль, что ИКТ снизили эффективность глобальных корпораций и резко усилили позиции тех людей и организаций, которые проявляют предприимчивость и эффективность в сетевом их понимании. Эти люди в настоящий момент могут работать в рамках корпораций, однако новые технологии повлекли за собой перераспределение власти от нанимателей к сетевым работникам.

Кастельс (Castells, 1996) превозносит то, что он называет духом информационализма (с. 195). Здесь он опирается на знаменитый постулат Макса Вебера об «избирательном родстве» кальвинизма с капитализмом — сплав «протестантской этики» с «духом капитализма», — предлагая сравнимый фактор, действующий в наше время. «Капитализм по-прежнему существует, но в новых, принципиально модифицированных формах» (с. 198), стержнем которых является «дух информационализма». Кастельс описывает этот «дух информационализма» через образ игроков киберпространства, которые легко и свободно обмениваются информацией, имеют хорошие контакты между собой и настолько эффективно соединены в сети, что могут угнаться за требованиями современности. Кастельс заморожен возможностью принятых в сети решений коренным образом повлиять на людей и события по всему миру посредством волн «творческой деструкции» (в терминологии Шумпетера). А следовательно, полагает он, возникает новый тип личности, поскольку те, кто принимают такие решения, не несут ответственности перед своими нанимателями, но всегда открыты тем, кто обладает сетевыми талантами. И потому неудивительно, что, характеризуя нынешнюю ситуацию, Кастельс заканчивает ее описание словами: «Шумпетер встречается с Вебером в киберпространстве сетевого предприятия» (с. 199), сводя вместе имена, которые предполагают крепкую смесь бурных перемен, созидательности и личной инициативы.

Кастельс уделяет также внимание переменам в трудовых практиках и моделях занятости. Из длительного экскурса в область статистики и дефиниций Кастельс делает вывод: количество информационной работы в обществе возросло; она в целом приносит больше удовлетворения, чем трудовая деятельность, которая была доступна в прошлом; эта работа носит более индивидуализированный характер, чем прежде, а перемены, проявившиеся в сетевом

обществе, означают: человеку надо привыкать к гибкости и в том, что он делает сегодня, и в том, что он собирается делать в будущем, если он хочет выжить в «системной подвижности» информационного капитализма.

Культурные последствия информационального капитализма

Примерно в середине книги *The Rise of the Network Society* Кастельс переходит к обсуждению культурных последствий технологических перемен. Он не испытывает беспокойства по поводу содержания сетей, и его мало интересуют страхи по поводу компьютерной порнографии и неонацистских сайтов. Кастельс определяет более глубокие последствия внедрения ИКТ, тем самым воздавая честь Маршаллу Маклюэну (с. 329), который увидел, что телевидение ведет к уничтожению печатную культуру («галактику Гуттенберга») и подавляет предшествующие культурные формы. Доводы Кастельса сводятся к следующему: как телевидение в политике играет главную роль не из-за конкретного содержания, а потому, что нельзя заниматься политикой, не имея дела с телевидением, так и роль сетей — не в их содержании, а в самом факте доступа к сетям. Если вы не в сети, вы не можете полноценно участвовать в жизни сетевого общества. Компьютерные сети, в свою очередь, по-видимому, положат конец такой массовой системе коммуникаций, как телевидение (централизованное производство и вещание на гомогенизированную аудиторию), поскольку они индивидуализируют коммуникацию и делают ее интерактивной. Поэтому самым важным для культуры становится вопрос о доступе к сети, ибо только это дает возможность коммуникаций и интерактивного общения с кем угодно и когда угодно.

Кастельс озабочен некоторыми сторонами технологического развития, предшествовавшего распространению Интернета, так как они способствуют общей тенденции, направленной на фрагментацию общества, и эта мысль проходит через всю его книгу. Например, недавно возникшее кабельное и спутниковое телевидение имеет целевую аудиторию, и потому каждая из них получает предварительно отобранную информацию, разъединяя зрителей, скажем, каналов *MTV* и *Sky Sport*. В связи с этим Кастельс, перефразируя знаменитое определение Маклюэна, пишет, что *message is the medium* (посланием является средство сообщения), поскольку медиа транслируют то, что запрашивают, как предполагается, различные сегменты аудитории. Это происходит в связи с глобальной интеграцией телевизион-

ных ресурсов и наглядно демонстрируется *News Corporation* Мердока, которая обеспечивает кастомизированными и диверсифицированными программами и каналами различные рынки аудиторий. Особенно тревожит Кастельса, что возрастает роль домашнего образа жизни, что связано с внедрением подобных технологий, ориентированных на развлечение и досуг. Это грозит потерей общей культуры, которую поддерживало общенациональное телевидение, и означает, что, «хотя медиа... теперь связаны между собой в глобальном масштабе, мы уже живем не в мировой деревне, а в отдельных, кастомизированных коттеджах, производство и дистрибуция которых локализованы» (с. 341).

Однако существуют и противоположные тенденции, также коренящиеся в технологической сфере. Для Кастельса Интернет обладает «технологически и культурно присущими ему свойствами интерактивности и индивидуализации» (с. 358). Тем самым он может способствовать созданию электронных сообществ, которые более свяжут, нежели разделят людей. Это напоминает об энтузиазме Говарда Рейнгольда (Rheingold, 1993) по поводу «виртуального сообщества», которое может быть создано в сети. Вслед за ним и Кастельс (Castells, 1996) утверждает: «Интернет превратится в электронную агору» (с. 357), что предвещает создание «интерактивного общества» (с. 358).

Кастельс очень увлечен идеей потенциального «виртуального сообщества» (Robins and Webster, 1999, Part 4), хотя во втором издании *The Rise of the Network Society* (Castells, 2000d) он несколько умеряет свой прежний оптимизм, признавая, что «материально заинтересованная посредственность» противостоит «благородным целям» новых технологий (с. 398). Я постоянно пользуюсь электронной почтой, она очень помогает общению с теми людьми, которые разделяют мои интересы, но это просто удобная форма переписки и не более того. Смысл сообщества как такового в том, что оно вовлекает всего человека, а не ограниченную коммуникацию, измеряемую в битах, а это и составляет суть отношений, которые осуществляются через электронную почту (электронная доска объявлений Ван Моррисона, профессиональный листинг, деловые отношения, покупки через Интернет) и могут быть разорваны, когда интерес к ним пропадает (Talbot, 1995). Действительно, есть что-то тревожное в онлайн-отношениях, которые могут быть прерваны простым нажатием кнопки. Подобные поверхностные, ни к чему не обязывающие, эгоистические отношения не заслуживают названия «сообщества», которое предполагает, по меньшей мере, взаимодействие с другими его членами в

реальном месте и реальном времени. Реальное сообщество, разумеется, может поддерживать устоявшиеся мнения и сложившиеся предрассудки, но оно может также бросить вызов определенному типу поведения и убеждений, не прячась за кнопку отключения компьютера (Gray, 1997).

Как я уже говорил, Кастельс полагает, что включенность в сеть — условие полноценного участия в жизни современного общества. Тем самым утверждается, что доступ к ИКТ и, в первую очередь к Интернету, определяет право гражданства в информационной эпохе. Несмотря на свой энтузиазм по поводу возросших возможностей связи между людьми, Кастельс опасается, что если главной составляющей этого общения станет развлечение, то это будет означать, что люди не сами будут поддерживать интерактивное общение, его будут направлять централизованные силы. Более того, Кастельс доказывает, что «ценой за включение в систему станет требование адаптации к ее логике, ее языку, ее “проходному баллу”, ее кодировке и декодировке» (Castells, 1996, с. 374). Это утверждение снова возвращает нас к Маклюэну, поскольку Кастельс полагает, что культурный эффект от внедрения ИКТ окажется намного серьезнее, чем простая возможность более демократичной коммуникации. Он пишет о «реальной виртуальности», чтобы ухватить тот сплав текста, аудио- и визуальных форм, который представляют собой мультимедиа, и понять, что он означает в сетевом обществе. Он полагает, что, даже находясь в напряженных сетевых отношениях и соответственно общаясь с другими, мы познаем на опыте единственную реальность — реальность медиа. Таким образом,

это система, в которой сама реальность... полностью схвачена и погружена в виртуальные образы, в выдуманный мир, в котором внешние отображения на экране не только сообщают о некоем опыте, но и сами становятся опытом.

(Castells, 1996, с. 373)

Это глубоко погружает нас в постмодернистские фантазии, на мой взгляд, весьма натянутые, о которых я все же буду подробнее говорить в главе 9. Кастельс демонстрирует это новое свойство культуры, описывая смешение «мыльной оперы» и политической жизни на примере Дэна Куэйла. В 1992 г. во время избирательной компании тогдашний вице-президент США использовал персонаж из «мыльной оперы», чтобы наглядно показать свою приверженность семейным ценностям. После речи Куэйла в следующую

серию был включен соответствующий эпизод. Вроде факт и реальность здесь смешиваются, что для Кастельса стало примером виртуальной реальности, которую производят новые медиа. На мой взгляд, этого недостаточно, чтобы убедить нас, будто мы оказались в какой-то совершенно новой ситуации. Более века назад Чарльз Диккенс публиковал романы с продолжением — «Оливер Твист» и «Записки Пиквикского клуба», и реальная жизнь часто заимствовала характеристики из вымысла («он смахивает на Скруджа», «он настоящий Урия Гип»). Проще говоря, художественный вымысел предоставляет нам разнообразные возможности для разговора о социальной жизни, и потому может показаться, будто границы между фактом и вымыслом стираются. И дело так обстоит очень давно, когда не было не только мультимедиа, но даже телевидения. Подобные приемы используют и новые культурные формы, они могут быть приняты или отвергнуты, но, я уверен, людям не так уж трудно отличить образ от факта (Slouka, 1995). Оценивать такого рода вещи как виртуальную реальность, по-моему, означает слишком легко впадать в постмодернистские фантазии.

Пространство потоков

Идеи Кастельса о «пространстве потоков» окажутся знакомыми тем читателям, кто знает его более раннюю книгу *The Informational City* (1989). В *The Informational Age* он придерживается прежнего деления на «пространство мест» и «пространство потоков», для сетевого общества делая акцент на «пространстве потоков». Поскольку информационные потоки начинают играть центральную роль в организации современного общества, регионы и локалии, имеющие серьезное значение, «оказываются интегрированными в международные сети, связывающие воедино самые динамичные секторы» (Castells, 1996, с. 381). Кастельс подчеркивает, что регионы и локалии имеют значение, но он же утверждает, что мы переживаем время «географической разъединенности» (с. 393), которая дезорганизует установившиеся связи. Новая «среда инноваций» будет определять, какому региону развиваться, а какому приходить в упадок, но все они будут входить в сетевое общество.

Города, главным образом те из них, которые стали «узловыми точками» более широких сетей, приобретают особое значение и имеют особые характеристики. Утверждая, что «глобальный город — это не место, а процесс» (с. 386), обеспечивающий протекание потоков информации, Кастельс обосновывает свою точку зрения тем, что мегаполисы (Лондон или Бомбей) выступают «двигате-

лями развития» (с. 409), которые одновременно и «глобально связаны, и локально разобщены, географически и социально» (р. 404), что совершенного очевидно для каждого, кроме самого ненаблюдательного туриста. Кастельс обсуждает также увлекательную тему «доминирующих управленческих элит» (с. 415), которые играют ключевую роль в сетях. Это космополиты, и в то же время они должны поддерживать локальные связи, чтобы не утратить единства с группой, что порождает серьезное физиологическое напряжение. У этих людей глобальные связи и единый образ жизни (одного типа отели, одного типа времяпрепровождение), и, что характерно для всех них, они стремятся отделить себя от города, в котором живут, нередко используя технологические системы, чтобы изолировать себя от «опасных классов», проживающих по соседству. Но Кастельс не объединяет эту группу в класс. Он говорит, что «глобального капиталистического класса не существует», хотя есть «безликий коллективный капиталист» (с. 474), о чем подробнее я скажу далее.

Вневременное время

Вводя понятие вневременного времени, Кастельс апеллирует к хорошо известным аргументам о сжатии времени—пространства в современном мире, которое было введено в обиход широкой публики Энтони Гидденсом и главным образом Давидом Харвем, чтобы подчеркнуть, что сетевое общество пытается создать «вечную вселенную», в которой временные ограничения будут все больше и больше сниматься. Кастельс убедительно показывает, как манипулируют временем «электронно управляемые глобальные рынки капитала» (Castells, 1996, с. 437) и как это отражается на рабочем времени, на которое также оказывается воздействие («гибкий график») в целях максимально эффективного использования.

Кроме того, сетевое общество ведет к «размыванию образов жизни» (с. 445), и характерной чертой этого процесса становится «слом ритмичности» (с. 446), причем в такой степени, что манипулированию подвергаются биологические фазы жизни человека. Мы знаем, что пятидесятилетние женщины вынашивают детей, а параллельно предпринимаются серьезные попытки (крионика и т.п.) «вычеркнуть смерть из жизни» (с. 454). Далее Кастельс переходит к рассмотрению прорывов в генной инженерии, которые он связывает с проблемами информации и коммуникации и в которых также усматривает средство продвижения вневременной культуры.

Возможно, более убедителен Кастельс в вопросе о «мгновенных войнах». Так он называет войны, которые после победы Запада в «холодной войне» державы вели короткими решительными бросками, используя самые передовые технологии, и которые масс-медиа в «стерильном» виде презентовали всему миру (другие, жестокие, войны, разумеется, продолжались, но на периферии). Об этом всем известно, тем более после войны в заливе 1991 г. и сокрушительной НАТОвской операции в Сербии в 1999 г. (Robins and Webster, 1999, гл. 7), но Кастельс делает далеко идущие выводы из того обстоятельства, что наступил конец традиционных войн. Он говорит, что на протяжении почти всей истории, по крайней мере в Европе, война была необходимым «обрядом перехода» и, по его мнению, служила постоянным напоминанием о смертности человека, а также точкой отсчета для выживших. Теперь это уходит в прошлое, от чего еще больше укрепляется культ вневременного времени, где мы ныне живем в вечном настоящем. Кроме того, сетевое общество с его упором на мгновенную коммуникацию может почти молниеносно собрать информацию по всему земному шару и передать ее с помощью гипермедиа, которые делают «вылазки» в историю, не помещая исторического факта в исторический контекст, оставляя нас во «вневременном ментальном ландшафте» (с. 463). И все это сводится воедино в культуре сетевого общества, которое означает «системный беспорядок» (с. 464), постоянную мгновенность, отсутствие континуума и спонтанность.

Власть идентичности

Во втором томе *The Informational Age* от создания сетевого общества и сопровождающих его интегрирующих и фрагментирующих тенденций Кастельс переходит к рассмотрению коллективных идентичностей. Центральным предметом этого рассмотрения становятся *социальные движения*; по Кастельсу (Castells, 1997a), это — «целенаправленные коллективные действия, [которые] трансформируют ценности и институты общества» (с. 3) и дают человеку главные элементы его идентичности. Другими словами, в этой книге рассматривается политика и социология жизни в современном мире.

Главный аргумент вытекает из вопроса: как создаются идентичности, когда традиции ушли в прошлое? Кастельс, например, полагает, что национальным государствам и всем связанным с ними легитимизирующим институтам, которые мы называем гражданским обществом (социальное обеспечение, право на суверенитет,

классовая политика, демократический процесс и группы давления, такие, как профсоюзы), угрожают глобализационные тенденции сетевого общества. Так, все «государства благосостояния» находятся под давлением в связи с глобальной конкуренцией из-за самой дешевой рабочей силы; национальные экономики становятся все труднее контролировать из-за постоянных валютных торгов в режиме реального времени, а политическая демократия необратимо подменяется информационной политикой, которая благодаря информационным и коммуникационным медиа стала глобальной, неуважительной и сосредоточенной на скандале.

Национальные государства не могут даже использовать современные технологии для контроля над гражданами, так как сами государства ослаблены возникновением полуавтономных регионов (и даже городов), граждане легко связываются с другими людьми через расстояния в сотни тысяч миль, а глобальные, но дифференцированные медиа постоянно выискивают и представляют аудитории махинации политиков (можно вспомнить взлет и падение Сильвио Берлускони в 1990-х годах, а потом его поразительное возвращение в политику в 2001 г., а также постоянное освещение коррумпированности политиков и их сексуальных прегрешений). Тем, кто боялся возникновения оруэлловского государства, стоит, возможно, опасаться того, что сбудется прогноз Кастельса: «Наши общества — не упорядоченные тюрьмы, а беспорядочные джунгли» (с. 300). Все сейчас беспочвенно, неопределенно, традиции разрушены, былая уверенность утрачена навсегда.

Кастельс противопоставляет этому кошмару свой аргумент: идентичности возникают в действии, и, таким образом, сетевое общество порождает движения *сопротивления* и даже движения *проектной* идентичности. Затем нам предлагается анализ движений сопротивления самого различного рода (от мексиканских сапатистов до неофашиствующих *Patriots* в США, от японских фанатиков из *Aum Shinrikyo* до религиозного фундаментализма в некоторых версиях ислама, от этнического национализма в бывшем Советском Союзе до территориального сепаратизма в таких местах, как Каталония). На эти движения, возникающие как реакция, Кастельс смотрит без одобрения или неодобрения, он видит в них свидетельство формирования новых идентичностей как ответ на огромное и все увеличивающееся давление.

Движения, ориентированные на проект, Кастельс рассматривает на примере экологического и феминистского движений, которые уже имеют и, несомненно, будут иметь огромное влияние. Следует отметить, что эти движения нельзя рассматривать только как реакцию на стрессы и перегрузки «информационной эпохи»,

поскольку все они пользуются теми средствами, которые им предоставляет сетевое общество для собственных организационных нужд и распространения своих идей.

Анализируя феминизм, Кастельс (Castells, 1997а, гл. 4) показывает, что патриархат, бывший нормой человеческого общества на протяжении веков, неудержимо клонится к закату по четырем взаимосвязанным причинам. Первая заключается в том, что женщина все больше становится рабочей силой, а это тесно связано с увеличением количества информационной работы и с гибкостью, требуемой сетевым обществом. Во-вторых, это возрастающий контроль над биологическими функциями женщины, что наиболее очевидно демонстрирует разного рода генная инженерия, который освобождает женщину от ограничений, связанных с репродукцией. В-третьих, это, конечно, феминистское движение во всех его формах. И в-четвертых, это ИКТ, которые позволили соткать «гиперковер женских голосов почти по всей планете» (Castells, 1996, с. 193). Все вместе эти факторы бросают беспрецедентный вызов сексуальным нормам прежних веков и тем самым «подрыывают... гетеросексуальные нормы» как в интимной, так и в публичной сферах. Кастельс говорит о «практичных феминистках» (с. 200), которые действуют, чтобы изменить свою жизнь, и в ходе этой борьбы обретают новые идентичности, что влечет за собой «дегендеризацию социальных институтов» (с. 202).

Новые формы стратификации

Кастельс полагает, что сетевое общество опрокидывает прежние формы стратификации, с самого своего зарождения принося новые формы неравенства. Я уже приводил его точку зрения на развитие горизонтальной корпорации, которое для бюрократа ничего хорошего не означает, зато увеличивает силы тех, кто был вне бюрократии; я также говорил, что, по мнению Кастельса, в глобальном масштабе информационная эпоха породила системный капитализм, при котором отсутствует класс капиталистов. Стоит подробнее сказать о стратификации при информациональном капитализме, поскольку проявления ее сложны, а последствия неоднозначны. С возникновением новых форм стратификации наступают перемены во властных отношениях, распределении ресурсов и перспективах на будущее. Более того, разделительная линия между трудом и капиталом, которая служила основой политических отношений (и много другого) до самых последних лет XX в., по всей видимости, размывается.

Вместо капитализма, управляемого правящим классом, мы имеем капитализм *без* класса капиталистов. За функционирование капитализма теперь несет ответственность ориентированный на сети и экспертный «информациональный» труд. Эта группа работников стала ключевой силой в обществе, она отвечает практически за все — от создания технологий, управления изменениями в корпорациях до требования законодательных реформ. Напротив, при информационном капитализме число рабочих физического труда (по Кастельсу, «работников общего типа») все более сокращается и они все хуже ощущают себя. Они постоянно подвергаются угрозе из-за своей негибкости, которая не позволяет им приспособиться к переменам, а также из-за информационного труда, который, будучи новаторской, производящей богатство силой, вынуждает их к переменам. Эти «работники общего типа», обычно мужчины, и есть то, что социологи (да и многие другие) идентифицируют с рабочим классом, дни которого соответственно сочтены. Главный социальный раскол проходит именно здесь: неквалифицированная и плохо подготовленная рабочая сила оказывается на задворках информационного капитализма. В лучшем случае эти люди находят низкооплачиваемую и непостоянную работу, в худшем — оказываются на периферии организованной преступности.

Чем больше этот раскол, тем больше уходят в прошлое прежние формы мобилизации. Поскольку старая классовая система трансформировалась, классовая политика уже не работает, ее сменили социальные движения, которым легче приспособиться к изменившимся условиям сетевого общества, образу жизни и политическим идентичностям современной эпохи. Лидеры этих новых движений обладают навыками обращения с масс-медиа и организационными приемами, которые необходимы для эффективной мобилизации в информационную эпоху.

Хотя Мануэль Кастельс не желает проводить аналогии с работами других современных социологов (Энтони Гидденс, Ален Турен и Дэниел Белл, к примеру, упоминаются у него лишь упоминания), ясно, что его воззрения созвучны с мнениями большого числа современных авторов. Они также находятся в согласии с политической мыслью «третьего пути», укоренившейся в правительстве Тони Блэра и некоторых его сторонников-интеллектуалов, таких как Джеф Малгэн (Mulgan, 1998) и Энтони Гидденс (Giddens, 1998). Говоря конкретнее, особое значение, которое Кастельс придает кардинально изменившейся системе стратификации, его внимание к центральной роли информационного, хорошо образованного работника, его сфокусированность на новых формах политической мобилиза-

ции, которые перекрывают прежнее классовое деление, — все это содержит в себе широкий спектр мнений относительно того, что мы уже живем в «новые времена».

Упадок рабочего класса

Конец традиционного рабочего класса, как предполагает Кастельс, наступит по двум взаимосвязанным причинам. Во-первых, этот класс, некогда приводной ремень всех радикальных политических движений, количественно резко сокращается, и его замещает рабочая сила, выполняющая нефизический труд и по преимуществу женская. Во-вторых, его вклад в общество отрицается: трудовая теория стоимости замещается теорией стоимости, создаваемой информацией (знанием). По словам Кастельса,

знание и информация стали главным сырьем современного производственного процесса, а образование — основным качественным показателем труда, [а потому] новыми производителями при информационном капитализме являются те генераторы знаний и обработчики информации, чей вклад в экономику... наиболее значим.

(Castells, 1997a, с. 345)

Несмотря на то что в прошлом рабочий класс зависел от владельцев капитала, было принято считать, что капитал нуждается в рабочем классе. В конце концов нужны были шахтеры, заводские и сельскохозяйственные рабочие, чтобы добывался уголь, не стояли конвейеры и производилось продовольствие. Эта главная роль рабочего класса и лежит в основе теории трудовой стоимости, она же во многом определяет социалистическую политику «наследника»: «рабочий класс создал все богатство и когда-нибудь получит справедливое вознаграждение». Однако все получилось не так. Возник новый класс информационных работников, что позволяет пренебречь прежним рабочим классом. Информационный труд воздействует на «труд общего типа» в такой степени, что нет никаких сомнений относительно того, кто играет в обществе более важную роль. Это проявляется по-разному: иногда «труд общего типа» вытесняется автоматизацией (с применением компьютеризированных технологий), иногда — переносом производства в другие части света (который легко осуществляется планировщиками, владеющими высокими технологиями), иногда — созданием нового продукта, к которому «труд общего типа», будучи негибким, не может приспособиться.

В новом мире информациональный труд становится основным производителем стоимости, тогда как рабочий класс находится в упадке, поскольку не способен к быстрым переменам, чтобы держать темп. Если употребить расхожую терминологию, ему не хватает гибкости. В результате политика отворачивается от класса, который окончательно увяз в трясине национальных государств (другое дело — почему он оказывается бессильным в глобализованном мире), и обращается к таким социальным движениям, как феминистские, этнические и экологические. Эти движения гораздо шире, чем традиционные классовые, они апеллируют к различным образам жизни и ценностям своих сторонников. Они тоже глубоко пронизаны информациональным трудом того или иного типа. Вспомните, например, «Международную амнистию», «Гринпис» или «Друзей Земли». Каждое из этих движений имеет глобальные сети, компьютеризированные членские списки и высокообразованных, научно подготовленных и владеющих медиатехнологиями сотрудников и сторонников.

Далее, хотя Кастельс подчеркивает, что информационный капитализм чрезвычайно могуществен и проникает повсюду, особенно туда, где он подавляет действия, враждебные по отношению к рынку, он продолжает настаивать, что класса капиталистов больше не существует. С тех пор как капитализм стал глобальным, возможности маневра у отдельных государств резко уменьшились, особенно в области национальных экономических стратегий. Это не означает, что действия правительств утратили свое значение — как раз наоборот, поскольку непродуманные шаги вызывают мгновенную реакцию мировой экономики. Однако мы окажемся в заблуждении, если будем думать, что существует класс капиталистов, который контролирует всю мировую систему. Существует, как утверждает Кастельс, «безликий коллективный капиталист» (Castells, 1996, с. 474), но это не какой-либо определенный класс, а например, постоянные биржевые и валютные торги, где остается мало вероятности выйти за пределы капиталистического предпринимательства. И все же функционеры этой системы являются не капиталистами-собственниками, а скорее информационными работниками, которые становятся игроками первого состава. По этому сценарию бухгалтеры, системные аналитики, финансисты, инвесторы, рекламщики и т.д. обеспечивают функционирование нынешнего капитализма. Кастельс, однако, утверждает, что «великих конструкторов» не существует, поскольку движущая сила встроена в саму систему, и сеть значит больше, чем любой человек или даже организованная группа. Кроме того, следует подчеркнуть, что

эти люди занимают свои позиции не потому, что являются собственниками капитала, а только лишь благодаря своим экспертным знаниям. Иначе говоря, они информациональные работники того или иного типа, и они возвещают конец как старомодного класса собственников, так и рабочего класса.

И, наконец, у нас остаются необученные и бесполезные для информационного капитализма люди, которых Кастельс относит к «четвертому миру» и для которых не остается никаких ролей, потому что у них нет ресурсов и навыков, которые потребовались бы глобализованному капитализму. Здесь Кастельс напоминает о городской бедноте в США, о тех деклассированных, кто живет бок о бок с информационными работниками, ставшими центром мировой экономической системы, и именно их бедняки обслуживают, зачастую на очень незавидных условиях, в качестве официантов, нянь, швейцаров и слуг. Кастельс опасается, что в долгосрочной перспективе «труд общего типа» может слиться с деклассированным элементом, если члены рабочего класса не сумеют обрести достаточной гибкости, чтобы удовлетворять запросы новой экономики.

Короче говоря, Кастельс полагает, что информационный капитализм кардинально трансформировал систему стратификации. Это доказывает и 30%-ная занятость в сфере информационного труда в странах Организации по экономическому сотрудничеству и развитию в Европе. С помощью аргументов, которые перекликаются с современными теориями — от Роберта Райха (Reich, 1991) с его энтузиазмом по поводу «символических аналитиков» и Питера Дракера (Drucker, 1993) с его уверенностью в том, что «эксперты знания» стали «главным ресурсом» капитализма, до Элвина Тоффлера (Toffler, 1990), который в «обществе знания» отводит центральную роль «когнитариату», — Кастельс доказывает, что информационный труд есть та сила, которая генерирует перемены, цементирует новую экономику и вообще мыслит, планирует и осуществляет практическое действие, т.е. делает все то, что от нее требует информационный капитализм.

Таким образом, информационный труд — тот материал, который скрепляет информационный капитализм. Как уже было отмечено, он перехватил власть у старомодных капиталистических классов, поскольку владение капиталом уже не обеспечивает первых ролей в современном мире. Те, кто сейчас направляет деятельность компаний, должны обладать информационными навыками, которые дают возможность сохранять жизнеспособность в условиях постоянных перемен и полной неопределенности. Сейчас уже мало просто сидеть на куче товаров — без информационного

труда, который будет держать темп, все будет потеряно. Соответственно эти информационные работники, которые способны анализировать, определять стратегии, эффективно общаться, находить новые возможности, составляют ядро капиталистического предпринимательства.

Для таких людей конкретная специализация менее важна, чем способность к адаптации. Это люди самопрограммируемые, умеющие обучаться и переобучаться по мере необходимости. Все это делает их в высшей степени приспособленными к выживанию в быстро меняющемся и устрашающе «гибком» мире информационного капитализма. Ушли в прошлое времена, когда человек имел обеспеченную работу в бюрократическом аппарате, теперь он заключает контракт на время осуществления того или иного проекта. Многих это пугает. Хотя для информационных работников это не страшно, поскольку они в состоянии с помощью «портфолио», куда вносятся записи об их достижениях в проектах с их участием, находить для себя новые вакансии (Brown and Scase, 1994). Такие старые ценности, как, например, преданность компании, постепенно выходят из употребления. Эти новые кочевники с удовольствием переходят от проекта к проекту, полагаясь каждый раз не столько на корпоративную бюрократию, сколько на свои сетевые контакты. Они не ищут надежности и защищенности, их радует возможность проявить свои силы и оказаться на уровне высших достижений в своей области. Разумеется, какое-то время они работают на ту или иную компанию, но эмоционально не привязаны к ней: закончив проект, такие работники без сожаления ее покидают. Представьте себе независимого журналиста, который берется за интересный репортаж; программиста, занятого той частью программного обеспечения, которая находится у него в разработке, и связанного с сотнями единомышленников по всему миру; профессора, для которого в первую очередь важна оценка коллег, а не университетского начальства.

Тут нельзя избежать сравнения с «трудом общего типа». Работники физического труда привязаны к месту, не гибки, им нужна уверенность в том, что они сохранят рабочее место, они могут изо дня в день делать одну и ту же работу, используя некогда полученные навыки, а информационные работники не просто могут меняться — они жаждут перемен. Информационный работник стал сейчас главным источником богатства, предоставляет ли он необходимые торговле бухгалтерские услуги, занят ли он наукоемкой работой, как, например, программирование или биотехнологии, моделированием модной одежды, рекламой или просто поиском наиболее эффективных способов доставки готовой продукции.

Меритократия?

Такое прославление информационального труда сильно напоминает старую идею меритократии, когда успех достигается не за счет унаследованных преимуществ, а за счет способностей и усилий, приложенных во время обучения. Судя по всему, информационный труд, вне зависимости от конкретной специальности, требует хорошего образования. Университеты проявляют желание прививать студентам «конвертируемые навыки», чтобы, окончив учебное заведение, они могли удовлетворить любые запросы работодателей. В число таких «конвертируемых навыков» входит способность к общению, работа в команде, умение разрешать проблемы, адаптивность, готовность «учиться всю жизнь» и т.д. Неслучайно в развитых странах в соответствующих возрастных группах 30% получают высшее образование. Отношение Кастельса к теме информационного труда напоминает нам о меритократии, поскольку он настоятельно подчеркивает, что успех зависит не от (унаследованного) капитала, а от информационных способностей, которые приобретаются главным образом в университетах. После этого двери для таких работников, кто получил подтверждение своих возможностей в виде университетского диплома, открываются, хотя для дальнейшего успеха необходим «портфолио» личных достижений. Кастельс в такой степени исповедует принцип меритократии, что постоянно подчеркивает ведущую роль информационного капитала для современного капитализма, утверждая при этом, что обладания экономическим капиталом недостаточно для удержания рычагов власти. Значит, двери открыты для тех, кто имеет университетский диплом или степень и кому удастся собрать внушительный «портфолио» достижений. И, напротив, двери закрываются перед теми, кто, даже обладая унаследованными преимуществами, неспособен получить квалификацию информационного работника.

Из этого вытекает, что стратификационная система информационного капитализма неуязвима, ибо справедлива. Стоит задуматься над тем, как это отличается от традиционной картины капитализма, где рабочий класс создает прибыль, которая затем экспроприируется богатыми не благодаря унаследованным свойствам, а просто потому, что обществом правит капитал, в зависимости от которого находится рабочий класс по чисто экономическим причинам.

Критический анализ

Доказательства Кастельса, сколь бы меритократичны они ни были, вызывают вопросы. Они на удивление знакомы и, значит, дают основания для того, чтобы поставить под сомнение новизну самого явления. Кастельс делает упор на преобразующих качествах и характеристиках информационного труда, что напоминает более ранние заявления о том, что мир меняется благодаря «экспертам» разного рода. Андре Горц (Gorz, 1976), Серж Малле (Mallet, 1975), Кеннет Гэлбрайт (Galbraith, 1972) Дэниел Белл (Bell, 1973) и так вплоть до Анри Сен-Симона (Тейлор, 1976) — все они, описывая роль образованных членов общества, указывали на их какие-то отличия. Одни выделяли их технические навыки, другие — когнитивные способности, третьи — формальное образование. Но, по сути, все они утверждали одно: образованные элиты играют в обществе ключевую роль. Такая позиция в любом случае технократична, в большей или меньшей степени. Она основана на предположении, что разделение труда и технология определяют неизбежную иерархию власти и оценки, что становится причиной «естественного» неравенства, имеющего внесоциальную природу, хотя и влекущего за собой огромные социальные последствия (Webster and Robins, 1986, с. 49–73).

Вторая проблема состоит в том, что понятие информационного труда у Кастельса слишком уж широко. Он по очереди выделяет образование, навыки общения, организационные способности и научное знание, и все это охватывается одним определением. Иногда кажется, что Кастельс говорит немногим более того, что для координации дисперсной деятельности требуются люди с организационными способностями или обученные менеджменту. Еще в классическом труде Робера Мишеля ([Michels, 1915] 1959) *Political Parties* описание олигархических лидеров очень напоминает информационный труд в интерпретации Кастельса: организационные знания, навыки общения с медиа, ораторские способности и т.д.

Всеохватной дефиниции Кастельса недостает аналитической силы. Он может одновременно описывать информационного работника как человека, обладающего достаточными навыками работы с ИКТ, как исследователя, для которого теоретические принципы и научное знание — основные качества как менеджера в самом общем смысле слова, которому нужны организационные навыки и способность к стратегическому планированию. Под это определение подпадает и биржевой маклер в Сити, и инженер водоснабжения в Кумберленде. Для Кастельса они оба — инфор-

мациональные работники, как и хирург в больнице. Все эти люди могут иметь высокие квалификацию и уровень образования, но никаким ярлыком их нельзя объединить в гомогенную группу. Можно даже с достаточной уверенностью утверждать, что плотник, работающий на себя, принадлежит к той же категории, что и менеджер в импортно-экспортной фирме. Обоим необходимы навыки эффективного общения, умения анализировать, просчитывать и координировать свою деятельность. Понятие информационного труда у Кастельса столь широко, что может относиться практически к любой группе людей, исполняющих хотя бы минимально лидерские роли, в том числе и в классических «пролетарских» организациях, как, например, профсоюзы.

Информациональный труд в историческом развитии

Согласившись на какое-то время с тем, что информационный труд занимает все большее место на рынке труда, можно задать вопрос относительно его новизны, объемов и значения. Книга историка Гарольда Перкина *The Rise of Professional Society* (Perkin, 1989) может послужить полезным источником, поскольку показывает движение в сторону преобладания профессионального труда, в отличие от Кастельса, не в последние десятилетия, а в течение более чем столетия. Историю Англии начиная с 1880-х годов, доказывает Перкин, можно рассматривать как возникновение «профессионального общества», в котором определяющим становится «человеческий капитал, созданный образованием» (с. 2). Профессионалы, бесспорно, информационные работники, хотя их доминирование возрастает на протяжении более чем столетия. Это длительное и постоянное доминирование информационного труда вызывает сомнение и в том, что он является чем-то новым, и в самом аргументе, который отдает ведущую роль экспансии этой категории работников.

Кроме того, можно задать вопрос, насколько новы отрасли, которые интенсивно используют знание. Аналитики сейчас испытывают энтузиазм по поводу биотехнологий и программного обеспечения, но есть и в прошлом столь же очевидные примеры бизнеса, построенного на знании. Нефтехимия, фармацевтика, авиационная и космическая техника, производство электроэнергии и даже банковское дело уходят корнями в первые десятилетия XX в. и внесли значительный вклад в ВВП и в решение проблемы занятости. Стоит также упомянуть физику твердого тела, атомную энергетику, радар-

ные технологии, реактивные двигатели, производство пластмасс и телевидение, которые оказали весьма серьезное влияние на промышленность (а также на повседневную жизнь), и каждая из этих отраслей требует высокой степени применения знаний, хотя все они начали развиваться в межвоенный период.

Перкин также указывает, что высшее образование не дает привилегированного положения. Не менее важно позиционирование на рынке и возможность завладеть рычагами влияния на него. Даже беглый взгляд на современный капитализм позволит понять, что большинство информационных работников зависят от места на рынке, что совсем не соответствует образу всемогущего брокера, нарисованному Кастельсом. С середины 1970-х годов произошло резкое увеличение числа работников некоторых профессий (университетских преподавателей, архитекторов, исследователей, библиотекарей и врачей), огромный рост людей, получивших высшее образование, и в то же время спад отдачи от него. Почти все свидетельствует о значении не столько информационного труда, сколько места на рынке, которое вне зависимости от интеллектуальной одаренности работника оказывается решающим фактором. Увеличение доли информационного труда практически, если не совсем, не повлияло на решающую роль капитала в сфере труда.

Здесь стоит остановиться на том, как быстро все аналитики отметили, что возрастание числа работников с высшим образованием указывает на рост информационного труда. Тут следует задать неловкие вопросы относительно изменившихся стандартов в разросшейся системе высшего образования, а также о том, насколько полученное образование соответствует дальнейшей работе. Следовало бы также задать серьезные вопросы о стандартах высшего образования, поскольку в него вовлекается все больший процент соответствующих возрастных групп, но хотя об этом ведутся дискуссии (Phillips, 1996), вряд ли можно испытывать большие сомнения по поводу того, что наблюдается значительное раздувание спроса на квалифицированный труд со стороны работодателей, даже когда работа сама по себе не требует особых навыков. Например, есть признаки того, что университетские степени становятся классическим симптомом позиционирования: чем больше выпускников с дипломами, тем меньше эти дипломы ценятся при получении престижной работы и тем выше относительный престиж университета, который выдал этот диплом.

Это влечет за собой проблему — особенно в отношении роли личных заслуг в информационном труде, которую Кастельс упорно подчеркивает, — доступа в самые престижные университеты, дающие возможность делать карьеру на самом высоком уровне

информационального труда, который становится двигателем информационного капитализма. В Великобритании наблюдаются признаки того, что самые привилегированные университеты, Кембридж и Оксфорд, оказываются все более закрытыми для людей с неподходящим социальным происхождением. При том что только 7% в соответствующей возрастной группе учатся в частных школах, их выпускники составляют половину обучающихся в Оксфорде и Кембридже (Adonis and Pollard, 1997), хотя раньше их доля достигала трети от соответствующей возрастной группы. Трудно не заметить, что непропорционально большое число студентов привилегированного происхождения обучается в самых престижных университетах. И это не вопрос университетских предрассудков. Это, скорее, показатель того, что частные школы очень хорошо учат своих учеников сдавать публичные экзамены, в наибольшей степени определяющие поступление в университет. Здесь возникает важнейшая тема, не освещенная Кастельсом: не действует ли явно меритократическая социальная система по-прежнему в пользу определенных социально-экономических групп.

Устойчивость класса собственников

Хотя бесспорно, что глобализованный капитализм — явление беспокоящее и порождающее неуверенность у всех, кого этого касается, в том числе и у корпораций, существуют достоверные доказательства, что главные держатели активов относятся к классу собственников, которым принадлежит значительная часть собственности корпораций. В этом отношении важнейшим источником становятся работы Джона Скотта (Scott, 1982, 1986, 1991, 1996), хотя они не целиком посвящены информационному труду, но в то же время во многом перекликаются с книгой Кастельса. Например, Скотт напоминает, что важнейшие изменения в капитализме связаны с переходом от персональных форм контроля к контролю неперсональному. То есть определенно индивидуальное владение фирмами пошло на убыль, на его место пришло владение расплывчатое. В наше время корпорациями в большинстве случаев владеют различные организации, такие как банки и страховые компании, а также индивидуальные владельцы, которые имеют очень небольшой процент акций.

Кастельс это тоже признает, но потом, опираясь на традицию социологии менеджмента, утверждает, что «класс менеджеров» управляет этими корпорациями и благодаря своим менеджерским способностям «является ядром капитализма в его информацио-

нальной фазе» (Castells, 1997a, с. 342). Однако Скотт показывает: рост числа владельцев корпораций не означает, что класс капиталистов утрачивает контроль над ними, поскольку он связан сетями, в основе которых лежит совместное владение акциями и которые обеспечивают удержание ими позиций благодаря «конstellации интересов» (Scott, 1997, с. 73).

Вопреки Кастельсу оказывается, что существует класс капиталистов, который находится на вершине капиталистической системы (Sklair, 2001). Он менее безлик, чем это представляется Кастельсу, хотя этот класс собственников, возможно, и не напрямую руководит капиталистическим производством. Кастельс совершенно прав, обращая внимание на нестабильность и непредсказуемость капитализма во все времена, а особенно в наше время. Стоит только поразмышлять о новостях из Юго-Восточной Азии и Латинской Америки или о трясине теперешней России, чтобы оценить подвижность, даже неконтролируемость современного капитализма. Тем не менее это не означает, что высшие эшелоны системы не монополизированы группой собственников.

Бесспорно, произошло частичное размежевание «механизмов воспроизведения капитала» и «механизмов воспроизведения классов» (Scott, 1997, с. 310). То есть капиталисты все еще могут передавать свою собственность наследникам, но уже не в состоянии передать связанные с этой собственностью позиции топ-менеджеров. Однако это размежевание, которое в значительной степени обязано высоким требованиям к образовательному уровню, зашло не слишком далеко. Скотт полагает, что класс собственников по-прежнему формирует «пул, из которого рекрутируются топ-менеджеры». Более того, класс собственников получает особые преимущества в образовательной системе, так что он и будет обладать высокой информационной квалификацией, на которой делает акцент Кастельс. В этом заключается причина той исключительности, эксклюзивности, которую дает поступление в Оксфорд или Кембридж. Скотт пишет, что

класс капиталистических собственников имеет интересы во всей корпоративной системе и способен поддерживать свое существование благодаря монополизации системы образования, как и благодаря монополизации богатства. Он стоит на верхней ступени стратификационной лестницы, пользуясь наилучшими возможностями по сравнению с подчиненным обслуживающим классом, который и образует все иерархические ряды корпораций.

(Scott, 1997a, с. 20).

Бесспорно, что все топ-менеджеры — информационные работники, однако большой ошибкой было бы ставить их в один ряд с программистами, бухгалтерами и журналистами, которые также работают с символами. На вершине глобализованного капитализма действительно находятся информационные работники, но они оказались там по большей части благодаря привилегированному происхождению, привилегированному образованию и неценимому преимуществу — унаследованному богатству. Дело в том, что с связи с глобализацией капиталистический класс приобрел разнообразие. Но и при этом есть признаки диспропорционального влияния групп собственников, что также показывает высокую способность к самовоспроизводству (Useem, 1984).

Истоки информационного капитализма

Теперь я бы хотел вернуться к более концептуальным аспектам «информационной эпохи». Кастельс проводит различие между тем, что он называет *информационным способом развития* и *капиталистическим способом производства*. Капиталистический способ производства исходит из марксистской традиции и связан с рыночной экономикой, производством ради прибыли, частной собственностью и т.п. Однако способ развития имеет отношение к средствам производства заданного уровня богатства. Индустриализм был одним способом развития, теперь же мы имеем дело с «социотехнической парадигмой», информационным способом развития, который нам представляют как новый путь создания богатства. По Кастельсу, информационный способ развития — это когда «воздействие знания на знание само по себе становится главным источником производительности». Как уже отмечалось, Кастельс полагает, что историческое совпадение кризиса капитализма в 1970-х годах и «информационной революции» породило современный информационный капитализм.

Но давайте немного поразмышляем над концептуальным аппаратом, который был здесь использован. Утверждается, что мы можем рассматривать изменения по двум отдельным осям: по способу производства и по способу развития, когда первый обеспечивает богатство, а второй организует его. Тут уместно вспомнить новаторскую работу Дэниела Белла. Как известно, Белл создал концепцию постиндустриального общества, позже названного им информационным, хотя его аргументы лежат в чисто веберовском русле. Мануэль Кастельс, утверждая, что принадлежит к более радикальной

интеллектуальной традиции, выражает благодарность своему предшественнику как «праотцу... информационализма» (с. 26). Однако совпадения между ними гораздо глубже, чем предполагает такое беглое упоминание, и в них кроются наиболее серьезные проблемы подхода Кастельса.

В этом контексте полезно вспомнить теоретические предпосылки Дэниела Белла, потому что они очень близки позиции Кастельса. Стоит также не упускать из виду, что теория Белла исходит из марксизма, ставшего некогда отправной точкой и для Кастельса. В книге *The Coming of Post-Industrial Society* тезис о рождающемся «информационном веке» построен на положении Белла о том, что техника и технология производства стали важнее, нежели определенная социальная система, которая выросла из них. То есть если марксисты утверждают, что фундаментальные перемены происходили, когда рабовладение сменялось феодализмом, а феодализм — капитализмом, то Белл доказывает, что перемены шли от сельского хозяйства к индустриализму и постиндустриализму, высшей стадией которого становится информационное общество. В квазимарксистской терминологии Белла, «производительные силы [технология] заменяют социальные отношения [собственность] как основную ось общества» (Bell, 1973, с. 80).

Здесь Белл бьет Маркса козырем Вебера. Классовая борьба «производственных отношений» становится менее значимой, чем тусклый призыв «больше за меньшее», т.е. эффективности, особенно проявляющейся в технологических инновациях. Как бы Белл ни отрекивался, он все равно исходит из принципа технологического детерминизма, поскольку, по его мнению, именно это и лежит в основе всей социальной и политической жизни. В соответствии с веберовской традицией американской социологии Белл приходит к выводу, что крупнейшие исторические сдвиги происходили в период смены доиндустриализма индустриализмом и позже — постиндустриализмом, причем каждая фаза отмечалась техническими усовершенствованиями, которые вызывали огромное повышение производительности.

Это тот же самый тип аргументации, который мы находим у Кастельса. Хотя аналитическое разделение, которое он проводит между способом производства и информациональным способом развития, дает ему возможность назвать период, который мы сейчас проживаем, информациональным капитализмом, абсолютно ясно, что реальным двигателем перемен стала «технологическая революция, построенная на информационных технологиях, [которые] в ускоряющемся темпе трансформируют материальную основу общества» (Castells, 1996, с. 1). Кастельс постоянно проводит

мысль о том, что «информационная технологическая революция» становится фундаментом, на котором строится здание сетевого общества. А это с неизбежностью означает, что Кастельс, отбросив свой извечный радикализм, придерживается технократических взглядов на развитие общества, как и Дэниел Белл, а также все прочие теоретики «информационной эры» (Kumar, 1995). Если, как предполагается, мы входим в сетевое общество, пусть даже не конкретизируя его влияние, Кастельсу придется отвечать на обвинение в том, что, несмотря на некоторые различия в терминологии, он оценивает перемены как развитие через иерархически выстроенные фазы, хорошо известные тем, кто знаком с постиндустриальной теорией: трудно увидеть разницу между переходом от индустриализма к постиндустриализму (терминология Белла) и переходом индустриализма к информационализму (Кастельс предпочитает этот термин). В любом случае отсюда вытекает, что, по его мнению, определенная технологическая база служит предпосылкой и определяет всю социальную и политическую жизнь.

Более того, это не только вопрос сужения политического выбора (хотя это, разумеется, так), но и позиция, которая резко противоречит большому числу социологических исследований технологических изменений, особенно тех, в которых утверждается, что ошибочно воспринимать технологию как автономный, асоциальный феномен, оказывающий при этом решающее воздействие на общество. В этом Кастельс серьезно расходится с современной социологической наукой, которая, несмотря на разные позиции авторов и школ, все же отрицает «технологический» подход к переменам и предпочитает изучать, каким образом технологические инновации встраиваются в социальные отношения (Dutton, 1996).

Смена эпох

Здесь будет уместно подробнее остановиться на положении Кастельса о том, что информациональный капитализм знаменует смену эпох. Поскольку капитализм не утрачивает позиций, вполне понятно, что Кастельс уверен — как возвещает само название его трилогии, — что мы вступили в «информационную эпоху». Я уже изложил возражения против технологического детерминизма, который лежит в основе объяснений Кастельса наступивших перемен. Теперь я хотел бы продвинуться дальше в этом направлении и поразмышлять над вопросом: как можно идентифицировать смену эпох? В ходе этих размышлений я намереваюсь поставить под сомнение саму концепцию информации у Кастельса и буду пы-

таться доказать, что она расплывчата, эклектична и запутанна, хотя и занимает центральное место в его описании смены эпох.

Вполне понятно, что эпохальные сдвиги невозможно прямо идентифицировать с помощью коренных изменений в развитии. Например, войны и эпидемии влекут за собой такие тяжелые последствия, как голод и религиозные кризисы, однако для того чтобы представить их как признак смены эпох, необходимо вставить их в рамку интерпретации. Я бы хотел подчеркнуть, что это не означает отрицания важности того или иного события или процесса, а лишь указывает на то, что в подобных случаях избежать интерпретации представляется невозможным. К тому же это не предполагает, что у каждого свое представление об эпохальных сдвигах: существуют факты, которые можно привести как веские доказательства, и одни маркеры воспринимаются с большим доверием, чем другие. Короче говоря, я благожелательно отношусь к трудам об исторических эпохах и убежден в их основательности, однако допускаю, что смена эпох *там* самоочевидна, опираются ли доказательства на политические тенденции, экономические процессы или технологические инновации.

Мартин Олброу (Albrow, 1996) в своем интересном исследовании «Глобальная эпоха» подчеркивает, что всегда существуют альтернативные способы идентификации крупнейших перемен. Он выделяет три исторические эпохи: *средневековую эпоху, эпоху модерна и глобальную эпоху*. Глобальная эпоха, в которую мы вступили, явилась результатом стечения многих факторов, но отмечена в первую очередь тем, что главной точкой отсчета — в экономике, политике, образовании, экологии — теперь становится земной шар. Марксисты, разумеется, найдут иные отличительные признаки, их деление будет иным, а именно *рабовладение, феодализм, капитализм*. Дэниел Белл, о котором речь шла ранее, пользуется иным набором индикаторов: *доиндустриальная, индустриальная, постиндустриальная* эпохи. И хотя Мануэль Кастельс сравнительно мало внимания уделяет этой теме, совершенно ясно, что для него вступление в информационную эпоху означает исторический разрыв со всем, что было раньше.

Кастельс явно считает очень весомой в этой трансформации роль информационного развития. Можно согласиться с этим, однако хотелось бы спросить, что он подразумевает под информацией, описывая новую эру. В своей трилогии он придерживается различных концепций: для сетевого общества главная характерная черта — потоки информации, для автоматизации трудовых процессов — электронные устройства, для информационного труда — коммуникативные и аналитические навыки, затем он утверждает, что информационализм — это «воздействие знания на зна-

ние как основной источник производительности» (Castells, 1996, с. 17), а позже заявляет что «информационализованное» общество — это общество, в котором «генерирование, обработка и передача информации становится основным источником производительности и власти». Легко понять, что все эти концепции информации означают не одно и то же. Например, воздействие «знания на знание» трудно поместить в категорию информационных потоков, так как, например, промышленный дизайнер может создать добавленную стоимость продукта креативным усилием, однако для этого он не слишком нуждается в информационных сетях. Неоднозначно и определение «сеть», так как она может состоять из двух человек, беседующих по телефону, или же передавать огромные объемы электронной информации.

Было бы вполне уместно задать Кастельсу вопрос, какое определение наиболее подходяще для описания новой эпохи. Я уже говорил, что он, как правило, возвращается на привычную почву — к технологиям, особенно к ИКТ, которые определяют «информациональный способ производства», хотя это не слишком хорошо увязывается с его настойчивым утверждением о центральной роли информационного труда. На самом деле Кастельс, разумеется, воспользовался большим спектром дефиниций, вероятно, потому что сам факт увеличения объемов информации и движения ее между акторами и различными пунктами и есть то, что определяет новую эпоху.

Тем не менее сближение дефиниций явно недостаточно, так как все равно повисает главный вопрос: какая же информация является идентифицирующей для новой эпохи? Прямо Кастельс на него не отвечает, но можно понять, что любая, а это не будет работать, так как мы должны отличать более значимую информацию от менее значимой. В этом легче разобраться, если мы в эвристических целях подумаем об альтернативной концепции информации. Опираясь на работу Десмонда Бернара (Bernar, 1954) или более недавнюю книгу Нико Штера (Stehr, 1994), можно разделить историю на эпохи в соответствии с ролью теоретического знания, которое мы можем определить как абстрактную, поддающуюся обобщению информацию, кодифицированную в текстах разного рода.

Бернар делит историю на периоды в соответствии с тем, как использовалось теоретическое знание. Таким образом, XVII—XVIII вв., период *научной революции*, характеризовался успехами в теоретическом знании, что имело очень небольшое практическое значение (это было время Коперника, Кеплера, Галилея, Ньютона и других ученых, чьи исследования движения планет, силы притяжения и т.п. просвещали, но на практике были непримени-

мы). Второй период, по Бернару, — *индустриальная революция*, он охватывает вторую половину XVIII и XIX в. и характеризуется огромными практическими изменениями, хотя совершали эти прорывы люди, в большинстве своем не осведомленные в теоретическом знании. Напротив, такие изобретатели, как Джордж Стивенсон, развивали технологии, удовлетворяя практические нужды. Третья и последняя эпоха — в терминологии Бернара, *научно-технологическая революция* — происходит в XX в., когда теоретическое знание становится тесно связано с практической деятельностью. Примеров тому множество — от авиации и космонавтики до радаров, тканей и пластмасс, и всюду теоретическое знание играет ключевую роль в создании технологий. Историк Эрик Хобсбаум (Hobsbawm, 1994) разделяет это мнение и пишет, что в XX в. «место водителя занимали теоретики... они говорили практикам, что искать и что можно найти в свете их теорий» (с. 534–535).

Я вовсе не собираюсь убеждать читателя, что теоретическое знание — признак, по которому история делится на эпохи (хотя как точка зрения мне это кажется интересным). Представив альтернативное деление, я просто хочу поставить вопрос о пригодности обозначения «информационной эпохи» Кастельса. В его картине теоретическое знание не присутствует, хотя факт, что оно играет ключевую роль в современном мире, лежит на поверхности. Кроме того, альтернативная концепция дает нам возможность понять, насколько туманную дефиницию дает информации Кастельс.

Резюме

Было бы крайне неприятно заканчивать эту главу, посвященную в основном Кастельсу, на такой неприятной ноте. Его трилогия — это огромный труд, который заслуженно выдвинул автора в ряд ведущих исследователей информационной эпохи. И как анализ направления и динамики развития современного мира эта работа никем не превзойдена. Она демонстрирует, что информационные потоки и сети, которые их используют, занимают в наше дни центральное место. Тем не менее в его работе есть проблемные точки, касающиеся существенных предметов: недооценка значительности классового неравенства, соотношение континуума и перемен в его доказательствах, неясность, что же он понимает под информацией, а также неизжитый технологический детерминизм, который лежит в основе его тезисов. Ни один аналитик информации не проиграет, если начнет с работы Мануэля Кастельса, но заканчивать на этом попытки адекватного описания информационной эры нельзя.

6

ИНФОРМАЦИЯ И РАЗВИТЫЙ КАПИТАЛИЗМ

Герберт Шиллер

Все, кому приходится заниматься анализом развития современного общества, признают, что в нем чрезвычайно возросла роль информации и информационных технологий. Даже беглый взгляд убеждает, что сегодня мы сталкиваемся, например, с существенно большим, чем ранее, количеством графических образов и способов их распространения. Сегодня весь мир опутали информационные сети, работающие в реальном масштабе времени и передающие данные с такой скоростью, которая делает телеграфию и телефонию 1970-х годов безнадежно устаревшими. Общеизвестный пример — стремительное распространение Интернета: к концу 2000 г. доля домохозяйств в Великобритании, которые имели к нему доступ, составляла уже треть и быстро росла. Сегодня можно смело держать пари, что к моменту выхода этой книги из печати доступ к сети из дома, из публичной библиотеки или с работы получит уже подавляющая часть британских граждан. Трудно не считать с тем, что использование текстовых процессоров и рабочих станций стало привычным делом, нельзя больше не замечать детей, играющих в компьютерные игры дома и в салонах игр, нельзя закрывать глаза на экспансию рекламы и на превращение рекламодателей в основных спонсоров спортивных мероприятий, невозможно не считать с опытом прямой почтовой рассылки рекламы и тем распространением, которое получают корпоративные рекламные акции. Короче говоря, «информационный взрыв» — это бросающаяся в глаза примета нашего времени, и любая попытка игнорировать эту особенность превратила бы рискнувшего на это социолога в аутсайдера.

Как мы убедились ранее, есть ученые — наибольшей известностью из них пользуется Дэниел Белл, — которые во всех перечисленных явлениях видят знамения формирующегося у нас на глазах «информационного общества». Для них новизна и необычность происходящего — уже достаточное основание объявить о наступлении новой эпохи и считать, что с прошлым покончено. В этой

главе я хотел бы обратить внимание на тех, кто не согласен с такой интерпретацией, на анализирующих понятие «эра информации» марксистов (хотя, быть может, правильнее было сказать «парамарксистов»^{*}). В качестве их представителя выбран Герберт Шиллер — мыслитель, который признает влияние информации на общественное развитие и рост этого влияния в XX в. и даже согласен с ее осевым значением для разворачивающихся в мире событий, но при этом утверждает, что информация и коммуникация — лишь основные составляющие давно сформировавшейся и хорошо известной капиталистической формации.

Сегодня в обществе бытует мнение, что марксизм — это отжившая догма, сторонники которой упорствуют в своем мнении, что за прошедшее столетие ничего существенно не изменилось. С этой точки зрения марксистский мыслитель, который признает и даже настаивает на том, что мы живем в эпоху, когда «производство и распространение... «информации» становится для всего общества важнейшим — по любым меркам — и абсолютно необходимым делом», выглядит несколько странно (Schiller, 1976, с. 3). Но, возможно, устоявшее мнение о парамарксистах — лишь наш предрассудок. Конечно, кое-кто из них в своем анализе общественных явлений двигается по проторенной колее, но есть и те, кто очень тонко ощущают тенденции развития информационной сферы. Среди них Герберт Шиллер был, конечно, ведущей фигурой, но в Великобритании есть еще Питер Голдинг, Грэм Мердок, Николас Гарнэм, в Нидерландах — Сиз Хамелинк, во Франции — Арман Маттлар, в Финляндии — Каарле Норденстренг и Винсент Моско, Джеральд Сассман, Стюарт Ивен — в Америке. Они предлагают разумный и систематичный подход к анализу современного капитализма и роли информации и информационных технологий. Используя марксистскую методологию, эти исследователи приходят к результатам, которые заслуживают серьезного внимания.

Герберт Шиллер (1919–2000) был наиболее выдающимся представителем группы так называемых критических теоретиков (аме-

^{*} Я использую оба эти термина в широком смысле, имея в виду интеллектуальную традицию, сторонникам которой свойственно оперировать такими понятиями, как «классовая борьба», «накопление капитала», и которые в целом приписывают экономическим отношениям решающую роль в истории. Хотя для марксистов и даже для парамарксистов (к последним я отношу тех авторов, на которых марксизм в повлиял, но не до такой степени, чтобы они анализировали действительность в терминах ортодоксального марксизма) характерны радикализм в политике и симпатии к левым, я бы не хотел считать, что их политические взгляды лишают их работы научной ценности.

риканский эвфемизм для исследователей, придерживающихся марксистской ориентации), размышлявших в конце прошлого столетия над тенденциями развития информационной сферы. Как и Даниэл Белл, Шиллер был типичным интеллектуалом поколения 1930-х годов, выросшим в Нью-Йорке. Однако в отличие от многих своих сверстников с нью-йоркскими корнями, для которых *alma mater* был Сити-колледж (City College — CCNY), Шиллер с возрастом не изменил своего радикального мировоззрения (Bloom, 1986). Его мировоззрение сформировалось между двумя мировыми войнами в период Великой депрессии, когда его отец целое десятилетие был безработным, и за годы военной службы (1943—1948), которые Шиллер провел в Северной Африке и в Европе. Хотя он и сам вырос в крохотной квартирке, Шиллер был глубоко потрясен картиной нищеты, увиденной им в Марокко и Алжире. А в Германии его просто шокировала легкость, с которой представители оккупационных властей Великобритании и Соединенных Штатов, почувствовав рост антикоммунистических настроений, возвращали во власть нацистов. В течение всей своей взрослой жизни Герберт Шиллер оставался левым. Он всегда испытывал повышенный интерес к тому, что происходило в мире, который потом назовут «третьим», и где на грани нищеты живет большая часть человечества. А то, что он своими глазами увидел в Берлине, заставило его скептически относиться ко всем заявлениям американского правительства о якобы благородной миссии, которую оно выполняет за рубежом и у себя на родине. Хотя исследованиями в области информации и теории коммуникации Шиллер занялся относительно поздно — свою первую книгу он опубликовал в 1969 г. — и всего лишь несколькими годами раньше занялся преподаванием в этой области, ему удалось внести существенный вклад в понимание сущности «эры информации». Не последнюю роль в этом сыграло его регулярное участие в конференциях и семинарах по всему миру, на которых он широко демонстрировал незаурядные способности как оратор и полемист. Высокий и угловатый, Шиллер на многих, кто видел и слышал его, производил неизгладимое впечатление своим юмором и красочной речью с неистребимым нью-йоркским акцентом. Его влияние в научном мире укреплял и неистощимый поток статей и книг, из которых наиболее значимыми стали *Mass Communications and American Empire*, 1969; *The Mind Manager*, 1973; *Who Knows?* 1981; *Information and the Crisis Economy*, 1984 и *Culture Inc.*, 1989. Кроме того, к Шиллеру прислушивались еще и потому, что он касался вопросов, которые поклонники концепции информационного общества оставляли в стороне: всего, что связано с бед-

ностью, с социальным неблагополучием и с положением народов, живущих за пределами Европы и Северной Америки.

Политическая экономия

Хотя Герберт Шиллер и занял в 1970 г. должность профессора процессов коммуникации в Калифорнийском университете в Сан-Диего (Калифорния) и оставался в этой должности 30 лет, до самой смерти, первоначально он получил экономическое образование. Учитывая его подготовку и интересы, а также склонность к радикализму, нет ничего удивительного в том, что он сыграл ведущую роль в развитии того направления исследования информации и коммуникации, которое получило название политико-экономического подхода. Этому подходу свойственен ряд особенностей (см. Golding and Murdock, 1991), из которых три представляются особенно важными.

Во-первых, это стремление увидеть за информацией, скажем, в форме газетной статьи или телевизионного сценария, ее скрытую сущность. Обычно речь идет о таких экономических характеристиках, как структура собственности СМИ, источники рекламных поступлений, доходы аудитории. Политические экономисты склонны видеть в этих структурных элементах то, что незаметно влияет на содержание телевизионных новостей или на типы создаваемых компьютерных программ. Во-вторых, сторонники политико-экономического подхода настаивают на системном анализе процессов коммуникации и обработки информации. То есть они прилагают все мыслимые усилия, чтобы определить место конкретной сети кабельного телевидения или компании, разрабатывающей программное обеспечение, во всей социально-экономической системе. Как мы увидим, этой системой неизменно оказывается капитализм, а отправной точкой, с которой политические экономисты начинают свой анализ и к которой они многократно возвращаются, то, какое значение для капиталистической системы в целом имеет данное состояние и вероятное направление развития информационной сферы. Иными словами, они всячески подчеркивают важность целостного подхода к этой сфере. Однако предвзятые критики почему-то считают, что такой анализ схематичен и ограничен, поскольку все заранее продиктовано вездесущей «системой», ничто не может существенно измениться. И здесь возникает важное «в-третьих». Речь идет о роли истории, о периодизации процессов и явлений. Политические экономисты подчеркивают при этом важность различных стадий развития капитализ-

ма и возникающих на этих стадиях дополнительных возможностях и ограничениях.

Последняя тема часто возникает в работах Шиллера, которого особенно интересовали выявившиеся тенденции в развитии коммуникации. Он исходит из того, что для современного состояния капитализма особое значение имеют информация и коммуникация, поскольку они тесно связаны со стабильностью и благополучием данной экономической системы. Возвращаясь к плодотворным идеям, высказанным Гансом Магнусом Энценсбергером в его эссе, опубликованном в начале 60-х годов, Шиллер и его единомышленники рассматривают «производство, основанное на интеллекте», как фактор, который по многим причинам станет «в XX в. ключевым для экономики» (Enzensberger, 1976, с. 10). К этой теме Герберт Шиллер возвращался многократно:

Нет сомнения в том, что сегодня мы производим больше информации, чем когда-либо ранее. Нет сомнения и в том, что подобных средств для создания, хранения, поиска, обработки и распространения информации не было никогда раньше, и это относится как к их количеству, так и к качеству. Замечательна и сложившаяся инфраструктура создания, хранения и распространения информации.

(Schiller, 1983a, с. 18).

С такого рода утверждений начинают и другие исследователи, но большинство из них видят в этом признаки возникновения нового общества. К Шиллеру это не относится. И после появления сложных технологий обработки информации приоритеты капитализма и присущие ему конфликты остаются неизменными. Таким образом:

вопреки мнению, что капитализм меняет свою природу, основные императивы рыночной экономики остаются теми же самыми, какие бы изменения ни происходили в технологической и информационной сферах.

(Schiller, 1981, с. xii).

Важно понять, в чем сущность парамарксистского анализа. Да, говорит сторонник такого подхода, конечно, изменения налицо, некоторые из них очень важные, но тем не менее капитализм и определяющие его черты остались теми же самыми. Например, Дуглас Келлнер (Douglas Kellner, 1989b) признает, что «совре-

менный капитализм претерпел важные, драматические изменения» (с. 171). Ему нравится термин «технокапитализм» как определение периода, когда «новые технологии, электроника и компьютеризация приходят на смену механическим устройствам и процессам, а информация и знание играют все большую роль в процессах производства, влияют на общественное устройство и на повседневную жизнь» (с. 180). Однако при всех этих терминологических новшествах основная концепция критических теоретиков остается неизменной, как и сущность капитализма. Да, продолжает Келлнер, все так, но при этом система тождественна самой себе, а поэтому понятия, введенные предшествующими поколениями марксистов (социальный класс, капитал, товар и прибыль) не утратили своей объяснительной силы (Kellner, 1999). Фактически эти понятия — так, по крайней мере, можно думать — приобрели даже большую ценность, поскольку, как мы убедились, сейчас так много интерпретаторов социальных процессов, для которых информация и коммуникация — это то, что знаменует разрыв с прошлым. Бросая вызов авторам, которые тщатся уловить суть постмодернистского, постиндустриального, постфордистского общества, философы типа Келлнера ссылаются на выдержанные в марксистских погребах концепции как на «альтернативу всем теориям посткапитализма» (с. 177).

Отвечая на вопрос, почему так существенна для капитализма сфера информации, парамарксисты обращаются к своим излюбленным категориям *власти, контроля и выгоды*. В середине 1970-х годов Герберт Шиллер настаивал, что при анализе «характера и перспектив новых информационных технологий основную проблему можно сформулировать с помощью хорошо известных понятий; нужно только спросить, *кому эти технологии выгодны и в чьих руках сохраняется контроль над их применением*» (Schiller, 1973, с. 175). Для других исследователей, придерживающихся взглядов, аналогичных взглядам Шиллера, характерен тот же подход: при объяснении нового они упорно обращаются к однажды установленным причинам и, как мы убедимся, делают упор на то, что новые технологии консервируют существующие общественные отношения. Типичные для Шиллера вопросы, которые он постоянно ставит: кому принадлежит инициатива разработки новых технологий, кто поддерживает эти разработки и кто применяет созданные технологии? Какими интересами руководствуются те, кто поддерживает инновации? В чем цель экспансии информационной сферы, и к каким последствиям она приведет? Сформулированные таким образом вопросы не слишком будоражат воображение, но если рас-

смаатривать их в сочетании с другими элементами подхода, развиваемого критическими теоретиками, то мы придем к заключению, что в этих вопросах заложен определенный смысл.

Основные аргументы

В трудах Шиллера мы найдем, по крайней мере, три аргумента, которые заслуживают особого внимания. Я собираюсь сейчас обозначить их, а далее в этой главе рассмотрю их подробнее. Во-первых, Шиллер настаивает, что при анализе развития информационной сферы нужно использовать *рыночные критерии*. Важно признать, что по отношению к любым инновациям, связанным с информацией и коммуникацией, решающей становится роль рынка: все это нужно покупать, продавать, этим нужно торговать, чтобы получить прибыль. Признав определяющую роль рынка, Шиллер (и его жена Анита — их брак длился 50 лет; она была библиотекарем и занималась тенденциями развития информации) сделал вывод, что рынок диктует важное направление развития: информация должна превратиться в *товар*, то есть доступ к ней все чаще будет возможен только на коммерческих основаниях. В этом отношении информация все больше будет уподобляться любым другим товарам в капиталистическом обществе: «Сегодня информация рассматривается как товар. Это что-то вроде зубной пасты, овсяных хлопьев или автомобилей, ее все чаще покупают и продают» (Schiller and Schiller, 1982, с. 461).

Во-вторых, Шиллер настаивает, что основным фактором, влияющим на распространение информации, доступ к ней и право ее создавать, является *классовое неравенство*. Проще говоря, классовая принадлежность определяет, какую информацию вы получаете сами и какую информацию позволяете получать другим. Поэтому выиграла вы или проиграли от «информационной революции», зависит от того, какое место вы занимаете в социальной иерархии.

В-третьих, с точки зрения Шиллера, существенно, что общество, в котором происходят такие важные изменения в сфере информации и коммуникации, находится в специфической стадии *корпоративного капитализма*. Имеется в виду, что характер современного капитализма определяют корпорации, причем корпорации особого рода. Сегодня для них характерна огромная концентрация капитала, они представляют собой институты олигопольного, а часто и вообще монопольного рынка, они диктуют свои интересы государству, а то и международному сообществу. Если вы хотите конкретно представить себе такие корпорации, возьми-

те в качестве примера кластер компаний, которые доминируют в энергетическом секторе нашей экономики: *Shell, BP, Exxon, Texaco* и несколько других. Все они огромные, централизованные предприятия, при том что их деятельность охватывает гигантские территории, распространяется на несколько континентов, а в развитых странах глубоко проникает в повседневную жизнь любого городишка или даже деревни.

Для критических теоретиков пейзаж современного капитализма выглядит так: на первом плане крупные корпорации, причем несколько сотен из них занимают все командные высоты в экономике (Trachtenberg, 1982; Barnett and Miller, 1975). Поэтому, с точки зрения Герберта Шиллера, в информационной сфере доминируют именно интересы корпоративного капитализма. На первом месте в списке их приоритетов — развитие информации и информационных технологий в интересах *частного бизнеса*, а не в интересах общества в целом. Поэтому информационные технологии несут на себе, прежде всего, отпечаток корпоративного капитала, а уж потом — любой другой группы интересов в современном обществе.

Это, конечно, общепризнанные черты капиталистического общества. Рыночные отношения и классовое неравенство были основными особенностями капитализма с момента его зарождения, да и история корпоративного капитализма уходит в прошлое не менее чем на столетие (ср. Chandler, 1977), хотя некоторые наиболее яркие черты этой стадии проявились только в конце XX столетия. Но в этом-то для Шиллера как раз и суть дела: определяющими особенностями «информационного общества» стали те самые давно выявленные структурные составляющие и мотивы развития, которые свойственны капитализму. С его точки зрения, все, что говорится о тенденциях развития информации как о пути, ведущем к разрыву с прошлым, не заслуживает доверия. Как может быть, спрашивает Шиллер, чтобы те силы, которые вызвали к жизни информационные технологии и информационный бум, были бы сами устранены своим творением? Гораздо более естественно предположить, что информационная революция как раз и выполняет задачу, которую перед ней поставили эти силы: она консолидирует капиталистические отношения и распространяет их на новые сферы.

Мы видим здесь двустороннее взаимодействие: с одной стороны, информационное общество — отражение императивов капиталистического общества, корпоративные и классовые интересы и приоритеты рынка оказывают решающее влияние на развитие новых компьютерных технологий, а с другой стороны — развитие информации позволяет сохранить и упрочить систему капиталистичес-

тических отношений. Шиллеру, таким образом, удается объяснить ключевую роль информации и информационных технологий, одновременно ссылаясь на историю капитализма и превращая информацию в важный фактор исторического развития.

Транснациональная империя

Более ясное представление о том, как Шиллер понимает ситуацию, можно составить, если разобраться с его взглядами на развитие капитализма в XX в. Его внимание приковано к тому, как корпоративный капитализм рос в этот период, охватывая все новые регионы, а также формируя нечто, что следовало бы назвать транснациональной *империей*. Может быть, это слишком сильно сказано, если учесть, что термин «империя» вызывает негативные ассоциации, но в любом случае мы, несомненно, стали свидетелями того, как возникает глобальный рынок и как на нем утверждаются американские корпорации (хотя нельзя, конечно, сбрасывать со счетов корпорации европейские и японские). На память сразу же приходит автомобильная индустрия, где господствуют фирмы вроде *Ford*, *General Motors* и *Nissan*, слово «компьютер» сразу вызывает ассоциацию с *IBM* и кластером меньших, но все равно огромных компаний вроде *Digital Equipment*, *Sperry-Univac* и *Apple*, а телекоммуникация ассоциируется с *AT&T*, *ITT* и другими такими же гигантами.

Существует несколько причин, по которым эти корпорации содействуют распространению информации и информационных технологий, а сами эти технологии жизненно необходимы для существования этих корпораций. Одна непосредственно связана с масштабом их деятельности: размещая свои филиалы по всему земному шару, эти фирмы не могут обойтись без коммуникационной и вычислительной инфраструктуры для обеспечения своей повседневной деятельности. Немыслимо представить компанию со штаб-квартирой в Нью-Йорке, которая справилась бы с координацией и контролем над деятельностью своих филиалов в 50–60 других странах (а также во многих регионах самих Соединенных Штатов), не располагая надежной и совершенной информационной сетью. Ведь обычно им приходится ежедневно посылать и отправлять сотни тысяч цифровых и текстовых сообщений. Кроме того, информационные сети жизненно необходимы не только для обеспечения деятельности отдельно взятой корпорации, они связывают воедино разных агентов рынка, без чего мировой рынок не мог бы функционировать. Поэтому нет ничего удивительного, что между-

народные финансовые сети занимают в информационной сфере лидирующее положение (ср. Hamelink, 1982).

Герберт Шиллер считает это свидетельствами того, что развитие информационной сферы подчинено потребностям корпораций, но я полагаю, что менее предвзятый исследователь сделал бы из тех же фактов другой вывод: информационная революция произошла, и просто оказалось, что ее плодами неплохо воспользовались корпорации, тем более что распространению информационных сетей предшествовали годы рассуждений о том, как они нужны корпорациям. Однако подобное рассуждение вызывает следующие возражения. Во-первых, как мы увидим позднее, структура потоков информации внутри и между регионами отражает именно потребности корпораций. Во-вторых, размещение сетей, принятые стандарты обмена данными, цены на услуги и возможность доступа к сетям ставят в более выгодное положение корпоративных клиентов в ущерб общественным интересам. Этот аргумент, связанный с первым, приводит старший сын Шиллера — Дэн (Dan Schiller, 1982, 1999). Говоря об истории создания информационных сетей, Дэн Шиллер показывает, что именно потребности корпораций определили направление этой истории, повернули ее именно в нужное им русло, а не в какое-то другое, они превратили сети в важнейшее средство капиталистических операций. Развитие информации протекало так, как нужно корпорациям, хотя в процессе этого развития судьба самих корпораций стала зависеть от информационных потоков.

Имеет смысл кратко остановиться на основных тезисах Дэна Шиллера, поскольку он подчеркивает взаимозависимость информации и корпоративной активности. Он описывает три сферы, в которых происходит экспансия телематики (вычислительной техники и связи): на самом американском рынке, в международном масштабе и в тех областях, в которых основным действующим лицом выступает американское правительство. Фоном, на котором Шиллер отслеживает развитие телематики, служит рост и пространственная экспансия деятельности американских фирм. Отвечая воображаемому оппоненту, Шиллер отмечает, что в условиях, когда рост американских предприятий сдерживался отсутствием информационных сетей, эти сети не могли не появиться. По мере того как размер корпораций — сначала в самих США, а потом и за их пределами — стал увеличиваться за счет появления новых дочерних фирм, «только развитие телематики могло обеспечить их управляемость и интегрировать производственные процессы и сбыт продукции, которые в противном случае вступили бы в конфликт с централизованной структурой корпораций» (Dan Schiller, 1982,

с. 4). Нужно подчеркнуть, что в самой телематике ничего не возникло случайно, а лишь потом оказалось востребованным корпорациями. Напротив, начиная с самых ранних стадий развитие было направлено в сторону, предпочтительную для корпораций. Корпорации неустанно лоббировали развитие таких форм телематики, которые были наиболее удобны для них. При этом, пишет Шиллер, «пользователи из сферы бизнеса, добиваясь от телематики наиболее совершенных услуг, заручались эффективной поддержкой политиков, чтобы добиться установления контроля частного бизнеса не только над информационными технологиями, но и над всей нашей экономикой и обществом в целом» (Dan Schiller, 1982, с. xv). В частности, Шиллер показывает, что наиболее настойчивые требования положить конец «естественной монополии» *AT&T (Bell System)* исходили от корпоративных клиентов этой телефонной компании. Они хотели покончить с идеей универсальной услуги, предоставлением которой правительство оправдывало монопольное положение компании и которое приводило к перекрестному субсидированию других услуг, добиться более широкого предложения самих информационных услуг на рынке (особенно услуг по передаче цифровых данных и текста), причем по более низким для корпораций ценам. В результате система связи была реструктурирована именно таким образом, который наиболее выгоден для корпораций, «боровшихся за контроль над направлением и формой развития национальной телекоммуникационной инфраструктуры» (с. 61). Вот так Шиллер объясняет изменение системы коммуникаций внутри самих Соединенных Штатов.

Нечто подобное происходило и на международной арене. Информационные сети нужны транснациональным корпорациям, и корпорации рано или поздно добьются, чтобы сети создавались и работали в соответствии со спецификациями, разработанными бизнесом. Поэтому частные корпорации во главе с американскими концернами лоббировали создание коммуникационной сети, которая могла бы предоставлять им — на их условиях — более развитые услуги, и в Европе. Препятствием стало то, что европейская модель предусматривает в области связи существование лишь общественных систем или государственных монополий. Поэтому ни одна группа в обществе не добивалась столь энергично «либерализации», «дерегулирования» или «приватизации» в этой области, как транснациональные корпорации (Dan Schiller, 1982). Их усилия увенчались успехом: система телекоммуникаций приобретает все более открытый характер и начинает оказывать более широкий спектр услуг частному капиталу (см. с. 109–195).

Метод расчистки информационного поля, который призван облегчить транснациональным корпорациям достижение их целей и охрану их интересов, состоит еще и в использовании методов маркетинга. В свою очередь все методы играют важную роль в обеспечении стабильности капиталистической системы. Герберт Шиллер утверждает, что основная масса развлекательной продукции, становится доступной только на рыночных условиях, и одновременно — эта же продукция средство маркетинга товаров, прежде всего американского происхождения. Это относится к телевизионным программам, голливудским фильмам, спутниковому вещанию, одним словом, ко всему, что заполняет досуг, а в производстве подобной продукции лидируют Соединенные Штаты (ср. Tunstall, 1977). Все коммерциализовано и используется таким образом, чтобы повысить продажи товаров и услуг. С одной стороны, телевизионные каналы создаются только тогда, когда это оправдано чисто экономическими соображениями, и тот же принцип применяется к их программному наполнению: оно определяется тем, приносит ли реклама на канале достаточный доход. В свою очередь это отражается на содержании того, что по такому каналу демонстрируется: сенсации и боевики, «мыльные оперы» и сериалы, спорт и еще раз спорт. В общем, все, что не требует напряжения мысли и не касается политически спорных вопросов, но помогает собрать максимальную аудиторию, привлекающую рекламодателей и спонсоров.

В то же время без информационной поддержки СМИ едва ли можно было продавать по всему миру джинсы *Levi's*, кока-колу, «форды» и сигареты «Мальборо» (Janus, 1984). По мнению Герберта Шиллера, этот вывод — один из самых важных выводов из его анализа (ср. Mattelart, 1991). И действительно, тут мы начинаем понимать, что американские СМИ, будучи сами порождением корпоративного капитализма, не могут не восхвалять капиталистический образ жизни. Отсюда все это обилие прекрасных домов, изображения которых появляются в таком количестве в телевизионных программах, тьма знаменитостей, модная одежда, напитки, погоня за удовольствиями, завидный образ жизни и масса возможностей для карьеры. Конечно, некоторые популярные программы намекают, что жизнь в современной Америке имеет и темные стороны, показывая гетто в центральных районах крупных городов, но и этим картинам пытаются придать красоту, сделать их возбуждающими, заставляя восхищаться ими обитателей Сеула, Манилы или Сан-Паулу. Цель американских СМИ состоит не в том, чтобы зритель из Индонезии, Италии или Индии разобрался в интригах сериалов «Даллас», «Бонанца» или «Друзья», а в том,

чтобы «в этих странах открыть... рынки и позволить [американским корпорациям] захватить максимальную долю мирового рынка» (Herbert Schiller, 1992, с. 1).

С этой точки зрения бесполезно сетовать, что не все телевизионные программы достигают того уровня качества, которое имели документальные передачи о вьетнамской войне или об исторических последствиях рабства в США. Учитывая приоритеты, связанные со структурой современного капиталистического общества, нужно спрашивать, помогает ли данная передача *продавать* более эффективно, и понимать, что единственный вид информации, которая помогает это делать, — развлекательная, которая и преобладает в электронных СМИ. И, действительно, согласившись с тем, какую роль играют СМИ в распространении и воспроизводстве рыночной системы, мы можем только удивляться, откуда вообще берутся программы, учитывающие интересы меньшинств, требующие умственных усилий или содержащие критику.

Еще один способ, который используется для того, чтобы одновременно выразить ценности капитализма и добиться их воспроизведения, состоит в том, чтобы предоставлять прежде всего слово основной капиталистической нации — Соединенным Штатам — для утверждения их системы ценностей и мировоззрения. Это способ, конечно, очень близок к рассмотренной стратегии маркетинга. Продуцированные СМИ образы, с одной стороны, используются как стимулы для приобретения изготовленных корпорациями товаров, а с другой — пропагандируют саму капиталистическую систему. Но можно поддерживать капитализм, прославляя ценности общества потребления.

Не преуменьшая роли СМИ в навязывании всему миру американского образа жизни, Герберт Шиллер указывает и на более простые методы, которыми пользуются СМИ, где бесспорна доминирующая роль США, оказывая идеологическую поддержку своей транснациональной империи. Ключевым фактором здесь является роль Соединенных Штатов как производителя и распространителя новостей. Поскольку американские СМИ (а также СМИ Великобритании и еще одной-двух стран, которые следуют в кильватере США) — основной поставщик этого вида информации, нет ничего удивительного в том, что они уделяют в этих новостях внимание прежде всего тому, что волнует их собственную страну. В результате выражения вроде «свободное предпринимательство», «свободная торговля», «приватизация» стали широко использоваться — причем обычно в положительном смысле — всеми агентствами новостей. «Экономическое положение» и «достижения экономики» приобрели при этом смысл, специфический, главным об-

разом для капиталистического способа производства, а о «конкуренции», «рынке» и о «доверии бизнеса» принято говорить как о естественных и желательных условиях, и все сомнения при этом отменяются.

Может быть, еще более важно то, что все события и все тенденции развития в мире рассматриваются с точки зрения «метрополии», т.е. обычно Америки. О других странах упоминается только в связи с событиями, которые могут — хотя бы потенциально — оказать влияние на США, разве что на эти страны обрушились такие несчастья, что их в силу драматичности просто нельзя не упомянуть в новостях. Так, в 1993 г. в американских новостях то и дело упоминали Сомали — страну на Африканском Роге, которую мало кто из американцев смог бы показать на карте. Но это исключительно потому, что несколько американских солдат были убиты местными повстанцами. Странам вроде Гаити внимание уделяется только тогда, когда события там могут привести к росту иммиграции в Соединенные Штаты. Точно так же о событиях на Ближнем Востоке начинают писать, когда там возникает кризис, грозящий осложнениями для США или их союзников. Индия, Африка или Китай, хотя в них и проживает половина населения всего мира, обычно привлекают внимание лишь тогда, когда там происходят какие-нибудь катастрофы — землетрясения, наводнения или голод, — уносящие тысячи жизней. Лишь когда происходит что-нибудь прямо связанное с Соединенными Штатами, дело выглядит по-другому, например, в начале 2001 г., когда в руках китайцев оказался американский самолет-шпион. Тогда, в апреле на протяжении нескольких дней Китай ежедневно появлялся в заголовках всех газет.

В связи с этим нужно заметить, что источником 90% всех сообщений на международные темы, опубликованных мировой прессой, служат четыре западные агентства, из которых два американские (Юнайтед Пресс Интернейшнл (*UPI*) и Ассошиэйтед Пресс), одно британское (Рейтер) и одно французское (Ажанс Франс Пресс), что, конечно, отражается на содержании их сообщений. Две трети сообщений, передаваемых *UPI*, отражают события в Соединенных Штатах, и только 2% — события в Африке. При таком подходе к отбору новостей Америка (и вообще страны Запада) могут и не тратиться на топорные лозунги вроде «Запад — это здорово», «Вперед к американской мечте» или «Да здравствует капитализм!». Им достаточно того, что весь мир смотрит на события их глазами, что в центре внимания всегда то, что происходит в метрополии, тогда как остальной мир предстает лишь источником тревог (и то лишь в том случае, если беспокоиться приходится господствующим странам), как место, где всегда происходят во-

енные перевороты, войны, катастрофы, засухи и т.д. Попадая в новости лишь как источник проблем, остальные нации предстают лишь как сборища недотеп, к тому же склонных к актам насилия, или как несчастные жертвы очередного циклона, извержения вулкана или неурожая. Используя слова Джона Пилджера, которые хорошо выражают чувства Герберта Шиллера, можно сказать, что «они обычно выглядят как немые и беспомощные существа, которые бессмысленно мельтешат на экране. Они не способны ни возразить, ни сопротивляться. Они трусливы. Они ни о чем не мечтают» (Pilger, 1991b, с. 10). То есть они как бы и «ненастоящие люди», во всяком случае, они «не такие, как мы». Убеждение, что «нормальны» только они, полезно поддерживать у тех, кто живет в высокоразвитых капиталистических странах (где 25% населения распоряжаются 80% мирового богатства).

Кроме того, если мы говорим о западных, в особенности американских источниках информации, то не будем забывать, что их господство в мире СМИ обеспечивается, помимо всего прочего, еще и технологическим превосходством (спутники, телекоммуникация, компьютеры и т.д.). Господство американских СМИ идет рука об руку с господством американцев в сфере развлечений: кино — американское, телевидение — американское, американцы — это большая часть музыкального бизнеса. Западное общество находит средства финансировать киноиндустрию, проводить глобальные рекламные кампании, создавать и тиражировать многочасовые «мыльные оперы». Конечно, нужно признать, что идеология, которая распространяется вместе с этой продукцией, весьма туманна, наполнена нюансами, а иногда и прямо противоречит основным целям частного капитала. Но трудно спорить с тем, что «в сухом остатке» послание, которое несет американская развлекательная культура, будь это «Маленький домик в прериях», «Я люблю Люси» или «Друзья», состоит в том, что Соединенные Штаты — завидное место в мире, что американцы это чувствуют, а населению остальных стран остается построить у себя подобие американского общества.

Так воспринимает действительность Герберт Шиллер, который был одним из наиболее упорных сторонников *нового мирового информационного порядка*. Позиция Шиллера вполне логично следует из его постулата, что в основе ситуации, существующей в СМИ, лежит глубинное неравенство двух частей населения планеты. Выступая в мае 1992 г. во Франции, он указывал на «все увеличивающийся разрыв между бедными и богатыми странами». С его точки зрения, истоки «проблемы глобального неравенства» лежат в мировом господстве западного капитализма, и он убежден, что за-

падные СМИ утверждают это господство, распространяя соответствующие идеи и образы (Schiller, 1992, с. 2).

Шиллер считает, что в этих условиях дать возможность бедным странам выразить свою волю к борьбе за лучшее будущее — значит бросить вызов информационному империализму. Пока же состояние информационной среды всецело определяется западными странами и особенно Соединенными Штатами (McPhail, 1987). Как мы убедились, новости, кино, музыка, образование и издательское дело — «улица с односторонним движением» (Varis, 1986; Nordenstreng and Varis, 1974). Впрочем, и далекие от радикализма исследователи соглашаются, что информационная зависимость остального мира от Запада действительно существует (Smith, 1980); есть немало исследователей, которые не разделяют парамарксистских убеждений, но тем не менее озабочены сложившимся положением вещей и возможными его последствиями. Во Франции, например, об угрозе национальной культуре, исходящей из Америки, говорят уже очень давно (ср. Servan-Schreiber, 1968). И это не исключительно французские опасения. Дайсон и Хамфри (Dyson and Humphries, 1990) отмечают, что «многие деятели культуры и политики в Западной Европе, столкнувшись с “широкоэкранным Далласом”, опасаются утраты своими странами культурной идентичности» (с. 19). Герберт Шиллер интерпретирует эти явления как «культурный империализм», как использование информации для сохранения западного господства в экономической и политической сферах (Tomlinson, 1991). Поэтому он призывает бросить этому «империализму» вызов на всех направлениях и установить «новый мировой информационный порядок» (*NWIO*). Этот призыв явно имел успех в ЮНЕСКО (Nordenstreng, 1984) и привел к выходу США из этой организации, когда она высказалась в поддержку этого порядка (Preston *et al.*, 1989). Вспоминая в 1989 г. о дебатах в ЮНЕСКО, Шиллер рассказывает об истории движения за новый информационный порядок, а попутно дает и собственную оценку состояния современной информационной среды. Новый информационный порядок, пишет он, был:

попыткой... со стороны стран [третьего мира] поставить под контроль распространение информации в их собственных странах и обрести хотя бы какое-то влияние на развитие их культуры. Они хотели сами формулировать проблемы и сами формировать свой образ жизни. На Западе эти устремления воспринимали в совершенно искаженном виде. Требование установить новые международно признанные правила было представлено там исключительно

как попытка диктаторов в третьем мире поработить свои народы и лишить их доступа к потоку «просвещенной» информации с Запада. Ясно, что в некоторых из этих стран у власти были авторитарные режимы, но уверять, что движение выполняло их волю, было явной попыткой извратить факты. Сейчас идея нового информационного порядка сильно потускнела. Но мы все равно добьемся своего, установим новый международный информационный порядок.

(Schiller, 1989b)

Ясно, что ситуация в информационной сфере, как ее понимают парамарксисты, во многом объясняется влиянием корпоративного капитализма, у которого есть внутренний и международный аспекты. Нужно, однако, подчеркнуть, что речь идет не только об экзогенных факторах, влияющих на ее развитие. Напротив, по мере того как корпоративный капитализм становится все более зрелым, сама информационная индустрия становится его интегральной частью и действенным началом в его развитии. Поэтому история становления корпоративного капитализма — это одновременно и история формирования медийных корпораций. Как и корпоративный капитализм в целом, медийные корпорации растут, проходят стадию концентрации и часто диверсифицируют свою деятельность, выходя при этом на международную арену.

Двое ведущих британских исследователей, примыкающих к школе «политической экономии» — Питер Голдинг и Грэм Мэрдок, — отслеживают эти процессы начиная с середины 1970-х годов (Murdock and Golding, 1974, 1977). Из своих детальных фактографических исследований тенденций развития информационной индустрии они делают недвусмысленный вывод: за рассматриваемый период там возникли «мощные конгломераты, у которых появилась возможность беспрецедентного влияния на мир образов, в котором мы живем» (Murdock, 1990, с. 2). Исследователи выделили несколько различных типов медийных конгломератов: например, их создают индустриальные гиганты вроде американской *General Electric*, у которой есть своя телевизионная сеть *NBC* и ее предок — радиосеть *RCA*. Но существуют и чисто информационные конгломераты вроде империи Руперта Мэрдока. Его *News International* владеет газетами, киностудиями и телевидением по всему миру. При этом у всех этих конгломератов есть общие черты, наиболее важной из которых является то, что все они — капиталистические корпорации национального и международного масштаба (Murdock, 1982; Golding, 2000).

Если принять во внимание эти особенности, рассуждает Шиллер, то нет ничего удивительного, что современные СМИ с энту-

зиазмом поддерживают капиталистическую систему. Учитывая, как организован и действует медийный бизнес, нужно удивляться другому: как в современной системе коммуникаций сохраняются пока островки, где хотя частично сохраняется критическое отношение к ценностям капиталистического общества.

Чисто предпринимательский подход должен был бы сказываться на всех сторонах деятельности медийных корпораций. Здесь вполне уместно замечание Шиллера, что эти корпорации относятся к своей рабочей силе так же, как и любые другие капиталистические предприятия:

Я думаю, что индустрия средств массовой информации не сильно отличается от других отраслей американской индустрии. Если мы обратимся к одной из основных проблем — проблеме отношения к рабочей силе — и спросим: «Какую роль отводит последней эта индустрия?»... то, прежде всего, станет ясно, что крупные СМИ — это крупные работодатели. И их отношение к наемной рабочей силе мало чем отличается от отношения к ней на крупных автомобильных предприятиях и в страховых компаниях. Труд — это один из производственных факторов, и вы прилагаете все усилия, чтобы снизить затраты на него. Это обычная точка зрения работодателя. Поэтому я считаю, что большая часть медийной индустрии относится к своей рабочей силе так же, как и остальная часть корпоративного бизнеса.

(Schiller, 1990a, с. 20)

В этой связи возникает искушение вспомнить о решительной (и удачной) атаке *News International* на профсоюз печатников в 1980-е годы. Корпорация хотела перевести свои редакции и типографию с Флит-стрит в пригород Лондона Уоппинг, использовать там современные технологии и по-новому организовать производственный процесс. В итоге число типографских рабочих было сокращено, а оставшиеся стали проявлять больше «гибкости», чем до этого, а проведенная перестройка стала моделью для других фирм, которые хотели модернизировать производство и одновременно приструнить распоясавшихся работников.

Рыночные критерии

Итак, точка зрения Герберт Шиллера состоит в том, что сегодня информационная среда устроена таким образом, который в наибольшей степени соответствует интересам и приоритетам кор-

поративного капитала, кроме того, по мере своего развития сама эта среда стала существенным фактором упрочения международной капиталистической системы. Однако парамарксистский подход к информации отнюдь не сводится к этим положениям. Мы лучше сможем оценить вклад критических теоретиков, если подробно рассмотрим и проследим на примерах, как капитализм влияние на процесс информатизации общества.

Полезно начать с ключевого для капитализма вопроса — роли рынка. Шиллер утверждает, что рыночные принципы — и в наибольшей степени стремление к максимизации прибыли — работают в информационной сфере так же, как и в капиталистическом обществе в целом. В соответствии с этим принципом количество и (или) качество произведенной информации напрямую зависит от того, есть ли в соответствующей области возможности прибыльно ее продать. Отсюда следует, что давление рынка особенно сильно сказывается на решении, какого вида информацию нужно производить, для кого и на каких условиях.

Давление рынка ощущается даже в отношении возникновения новых технологий. Чтобы полностью оценить важность этого утверждения, вспомним, как часто сторонники теории информационного общества утверждают, что именно события в инновационной сфере и возвестили о начале новой информационной эры. При этом неявно предполагается, что новые технологии просто «возникают», их «открывают», неизвестно как и почему, и, только поступив в распоряжение общества, они могут быть использованы во зло или во благо ему. Информационные технологии с этой точки зрения, хотя и играют решающую роль в формировании информационного общества, сами при этом сохраняют свой нейтральный характер, на них не сказывается ни влияние какой-либо системы человеческих ценностей, ни борьба интересов в обществе. Против выступают те, кто придерживается точки зрения, что рынок — решающая сила в капиталистическом обществе, что любые доступные на нем продукты несут на себе печать рыночных отношений. Поразительный пример дал бывший президент компании *Thorn-EMI*, одного из крупнейших игроков на британском рынке информационных технологий, когда он выступил с заявлением, что его компания приняла «решение уйти с рынка медицинской электроники, [поскольку] в предвидимом будущем маловероятно, чтобы на этом рынке можно будет получить прибыль» (*Thorn-EMI*, 1980). В этой ситуации выходом, который в наибольшей степени обеспечивал бы соблюдение интересов *Thorn-EMI*, оказалась концентрация усилий компании на производстве бытовой электроники. Медицинские приборы, как им казалось, не помогли бы ком-

пании достигнуть ее цели — получения максимальной прибыли, а бытовая электроника — телевизоры, видеомагнитофоны и прочие — помогли, и *Thorn-EMI* поступила в соответствии со своей основной целью — добиться успеха на рынке.

Как мы убедимся, корпорации, которые доминируют в информационной индустрии, неизменно придерживаются рыночных принципов и строят свою производственную политику, выбирая продукты, производство которых окупается в наибольшей степени. Сегодня едва ли кто-то будет спорить с этой точкой зрения, но она несколько противоречит взглядам как тех, кто считает, что информационные технологии новой эпохи свободны от социальных влияний (во всяком случае, если речь идет об их аппаратной составляющей — о «железе»: в конце концов, как любят повторять сторонники этой точки зрения, на персональном компьютере можно писать как проповеди, так и откровенную порнографию, он сам по себе ни хорош, ни плох, он находится вне социальных связей), так и тех, кто утверждает, что чем больше информации циркулирует в обществе, тем лучше (видимо, они исходят из неявной предпосылки, что информация — уже сама по себе благо).

Но эти доводы не устраивают критических теоретиков, поэтому они пытаются понять, как продукты попадают на рынок, что с ними происходило на предшествующих стадиях, какими приоритетами руководствуются, например, корпорации при выборе направлений исследований и разработок. Сегодня такие участники рынка, как *IBM*, *AT&T* и *Siemens* выделяют на проведение исследований и разработок миллиарды долларов. Эти средства направляются на создание нового поколения информационных технологий, но те, кто распоряжается этими ассигнованиями, не разбрасываются ими направо и налево. *British Telecom (BT)*, например, ежегодно тратит на исследования и разработки миллионы фунтов стерлингов, но цели этих инвестиций выбираются очень тщательно. Два журналиста из «Файнэншл Таймс» замечают, что «дни, когда исследования проводились ради самих исследований, миновали», и поясняют, что «коммерчески ориентированная, работающая в конкурентной среде компания вроде *BT* не может позволить себе такую роскошь» (Bradshaw and Taylor, 1993).

Хотя в области исследований и разработок отсутствует однозначная связь между затратами и полученным эффектом (достижение определенного результата просто нельзя гарантировать), неоспоримо, что частные корпорации решаются на финансирование исследовательских проектов в основном из коммерческих соображений. Примеров масса, приведем только один. В 1986 г. *BT* сообщила парламентской Комиссии по монополиям и слияниям, что хотела бы по-

лучить ее согласие на приобретение канадской компании *Mitel*, производящей телекоммуникационное оборудование, с тем чтобы улучшить свои позиции на рынке. Приведенные доводы сводились к тому, что для увеличения своего присутствия на рынке *BT* необходимо «расширить спектр производимых продуктов, включив в него ряд «ключевых», на основе которых можно будет создавать офисные системы для продажи в стране и за рубежом». Компания подробно объясняет, что программа ее исследований и разработок специально нацелена на завоевание определенного сегмента рынка. И Комиссия констатирует в своем решении, что:

BT рассказала о существовании тесной связи между своими исследованиями, разработками, производством и распределением, каковая связь существенна для быстрого продвижения новых продуктов с концептуальной стадии на рыночную. Стратегия *BT*, следовательно, требует интеграции подразделений, осуществляющих НИОКР, и производственных подразделений.

(*Monopolies and Mergers Commission, 1986, с. 42*)

Учитывая требования рынка, понимаешь неизбежность того, что те области применения информационных технологий, которые наиболее привлекательны с точки зрения рыночных перспектив, первыми и принимают решение о направлении исследований и разработок. А тем самым продукты и услуги уже в момент своего появления испытывают влияние рыночных принципов. Так, в частности, основным рынком сбыта телекоммуникационного оборудования являются корпорации. Именно они покупают его больше всего. *British Telecom*, например, одну треть всех своих услуг предоставляет всего 300 потребителям, а они в свою очередь генерируют 70% трафика, приходящегося на долю бизнеса (Newman, 1986, с. 29). А международные корпорации и вообще представляют собой основной источник дохода для *BT*. Естественно, что для них и разрабатываются наиболее интересные продукты и услуги. Корпоративному сектору доступны все виды наиболее высококачественной связи: от международных телекоммуникационных сетей, систем телефонной коммутации (*PABX*), передачи факсимильной информации, обработки цифровых и текстовых данных вплоть до организации телеконференций. В то же время в одном из десяти домохозяйств Великобритании нет даже обычного телефона. Поэтому понятно, почему основным соперник *BT* на британском рынке — компания *Mercury* (хотя ее доля на рынке ничтожна, а она сама — дочернее предприятие транснациональной *Cable and Wireless*, которое без-

успешно пыталось объединиться с *BT* в 1996 г.), хотела бы работать именно в том сегменте рынка связи, который приносит наибольший доход, в сфере услуг связи для крупного бизнеса.

На одно парадоксальное следствие такой системы приоритетов обратил внимание бывший редактор *Computing magazine* Ричард Шарп. По его мнению, большинство «новых» технологий, в сущности, давно известны, просто они хорошо подходят для тех продуктов, которые уже проверены рынком. Таким образом, компьютерная индустрия «публично демонстрирует свой прогрессивный облик, а приватно сохраняет облик консервативный» (Sharpe, с. 111). Удивительно, но большая часть информационной техники, предназначенной для домашнего употребления, в сущности, только усовершенствованные телевизионные аппараты. Видеозаписывающая аппаратура, кабельное телевидение, компьютерные игры и прочее — развитие исключительно удачной в коммерческом плане технологии — телевидения. И еще нужно заметить: новое поколение «развлекательных систем» появилось очень вовремя: замена черно-белого телевидения цветным уже произошла, появились каналы и приемники, работающие в цвете, потом переносные телевизоры, еще какое-то время спустя люди стали покупать второй и третий телевизоры в спальню и на кухню, возросла надежность этих приборов, и рынок оказался под угрозой насыщения. Как раз в этот момент и появились видеомэгафоны, телетекст, спутниковое телевидение и пр. Впрочем, во всех этих новинках не было ничего удивительного ни по форме («ящик в углу»), ни по содержанию (развлечение), все новые домашние информационные системы» казались старыми знакомыми. А собственно, зачем предлагать что-то принципиально новое, когда телевидение уже зарекомендовало себя как любимый способ проведения досуга?

Те, кто считают, что такой исход был предопределен самой внутренней логикой технологических инноваций, должны поискать новые доводы. Нет никаких технических причин, которые бы диктовали, что любая информационная технология, предназначенная для домашнего употребления, обязательно должна быть продолжением телевидения (как нет никаких оснований, чтобы сама телевизионная технология была рассчитана на использование в гостиной (Williams, 1974, с. 26)). Точно так же внутренними причинами нельзя объяснить, почему главными программами на телевидении должны быть развлечения. Здесь сработали требования рынка: то, как и где и за какую цену было выгоднее всего продавать. Домашние информационные технологии специально подгоняли под требования рынка. Поэтому результатом развития

стало появление в новом облике старых продуктов и проверенного временем содержания. Шарп комментирует это таким образом:

Поиcки других технологий велись в альтернативных группах. Но таких групп было куда меньше. И их постигла неудача, так как технология и не была предназначена для принципиально нового использования, ее задача состояла не в том, чтобы что-то по настоящему изменить в ту или иную сторону, она создавалась, чтобы сохранить статус кво.

(Sharpe, с. 4).

В связи с этим нужно отметить, что, наблюдая за значительным ростом количества информации в последние годы, легко не заметить, какую роль в этом росте играют рыночные факторы. Поскольку мы принимаем за аксиому, что увеличение количества информации уже само по себе представляет благо, мы редко спрашиваем, какую роль в этом играет рынок, и нет ли у этого роста негативных сторон. Однако к мнению, что всякая информация — учение, а учение, как известно, — свет, стоило бы отнестись более скептически: иногда за обилием информации скрывается регресс, возврат к менее «информированному» состоянию, то есть к невежеству. Многие, вероятно, согласятся, что в программах телевидения в изобилии представлены передачи, которые не отражают действительности, а представляют собой способ бегства от нее. Такое скептическое отношение вызывает и значительная часть информации, доступной через Интернет. Эта информация, конечно, колоссальна и чудовищно разнообразна. Интернет открывает доступ к большому количеству сведений высокого качества, особенно если речь идет об информации, размещаемой публичными организациями, например, университетами (я вернусь к их роли в гл. 7). Но всем известно, что значительное количество информации, которую можно найти по каналам Интернета, имеет сомнительную ценность, это всего лишь призывы фирм покупать их продукцию и попытки представить эту продукцию в наиболее привлекательном свете.

Иногда застываешь в немом изумлении от обилия баз данных, которые сегодня доступны в онлайн-режиме с любого терминала. Но стоило бы задаться вопросом, как эти базы данных устроены и на каких условиях они доступны. Отвечая на этот вопрос, убеждаешься, что чаще всего услуги, предоставляемые на основе таких баз данных, предназначены для корпоративных клиентов, у которых всегда существует потребность в получении деловой информации в реальном масштабе времени. Кроме того, у них есть

возможность щедро оплачивать подобные услуги, что обеспечивает стремительное развитие таких «информационных фабрик» как *TRW*, *Telerate*, *Quotron* и *Datastream*. Герберт Шиллер по этому поводу замечает:

В рыночной экономике вопросы стоимости и цен неизбежно играют самую важную... роль, какая бы база данных ни создавалась и для каких бы она целей ни была предназначена (то есть, кто бы ни платил за ее использование). Что хранится в такой базе данных, тесно связано с потребностями информационной службы и с ее умением продавать свои услуги.

(Schiller, 1981, с. 35).

И еще профессор Шиллер гневно спрашивает:

Так что же за информация производится сейчас такими утонченными методами? Биржевые курсы ценных бумаг, цены на биржевые товары, обменные курсы валют. Итак, огромные частные информационные службы, масса посредников... с мониторами, подключенными к информационным системам, и невероятное количество перерабатываемой специальной информации. И все это для того, чтобы заработать побольше денег на бирже... чтобы ввозить и вывозить деньги за рубеж... вот это и составляет большую часть информации, вот это и есть ее основные потребители.

(Schiller, 1990b, с. 3)

Дэвид Диксон (Dickson, 1984) дополняет эти замечания своими наблюдениями в области истории науки и техники — двух ключевых сфер знания. Отслеживая ход событий с момента окончания Второй мировой войны, он выделяет две основные области, в которых возникают инновации, — корпоративный сектор и военно-промышленный комплекс. Для Герберта Шиллера это все одна область, так он убежден, что задача армии состоит в защите и сохранении капиталистической системы и рынка. Он пишет:

Интерес военных к связи, компьютерам и спутникам... не имеет ничего общего с отвлеченным интересом к передовым технологиям. Задачей вооруженных сил США всегда было служение мировой экономической системе, цель и смысл которой — приумножение могущественного частного капитала.

(Schiller, 1984b, с. 382)

Потребности военных в информации могут быть колоссальными, но поскольку их задача сводится к тому, чтобы содействовать мировому господству капиталистической империи, то в конечном счете структуру информационной сферы формирует рынок, он — сердцевина системы, которой служат вооруженные силы. Если мы усвоим это, нам проще будет понять оценку, которую дает Шиллер концепции информационного общества. Подобное общество — отнюдь не благо, это лишь форма, в которой выражается рыночная сущность капитализма. А поэтому:

То, что называется информационным обществом, фактически не более чем производство, обработка и передача очень большого количества данных обо всем: об индивидах и нациях, об обществе и процессах обмена в нем, об экономике и о военном деле. Большая часть этой информации создается с тем, чтобы удовлетворить потребности гигантских корпораций промышленно развитых стран в очень специальных сведениях, а также их бюрократию и командование вооруженных сил.

(Schiller, 1981, с. 25)

Диксон развивает эту тему, когда выделяет три основные стадии в развитии научной политики Соединенных Штатов. На первой стадии, в послевоенные годы, приоритетом была мобилизация научного потенциала на решение военных проблем и на разработку ядерного оружия. В 1960–1970-е годы происходит определенная смена приоритетов: социальные проблемы, прежде всего, развитие здравоохранения и охрана окружающей среды начинают играть заметную роль в научной политике. На третьей стадии, которая началась в конце 1970-х годов и продолжается сейчас, акцент переносится на удовлетворение требований экономики и вооружения. К началу 1980-х годов определяющим стало требование к науке «обеспечить американской индустрии конкурентные преимущества и создать технологии в военной области» (Dickson, 1984, с. 17). В результате наука все чаще стала рассматриваться как «экономическая категория» (1984, с. 33), а научная деятельность обсуждаться в терминах, аналогичных тем, которые используются на заседании совета директоров компании, и планироваться на тех же принципах, которые используют в корпоративном управлении. Сегодня, отмечает Диксон, принцип производить только то, что приносит прибыль, распространился и на инновационную деятельность. Часто используемое выражение «капитал знаний» недвусмысленно говорит, что ученые и инженеры рассматриваются теперь как объект инвестиций, от которого ожи-

дают соответствующей отдачи. Даже те ученые, которые работают в университетах, рассматриваются теперь как предприниматели, и их всячески побуждают тесно сотрудничать с бизнесом, создавая коммерчески выгодные продукты.

Диксон настаивает: упор на рыночную привлекательность инноваций неизбежно приводит к тому, что научно-технический потенциал отвлекается от решения общественно значимых проблем — от улучшения здравоохранения, коммунального развития, повышения качества труда и охраны окружающей среды. Университеты и научные организации, которые одно время уделяли хотя бы часть своего внимания проблемам общества в целом или бескорыстному поиску нового знания, в результате такой политики изменяют стратегию своего развития, во все большей мере отвлекаясь на исследования, направленные на повышение конкурентоспособности промышленности, и тем самым превращают рынок в единственный критерий оценки технологических инноваций.

Свой вклад в изменение облика информационной сферы вносят и политики, добивающиеся приватизации некогда государственных или муниципальных предприятий или дерегулирования тех сфер деятельности, за которые ранее отвечало государство. Они громко трубят о том, что использование рыночного подхода — это способ повысить отдачу и эффективность (в силу личной заинтересованности владельца в наилучшем использовании ресурсов и в его ответственности перед потребителями, а также благодаря преимуществам контроля со стороны покупателя) и одновременно создать конкуренцию (и тем самым улучшить качество обслуживания) там, где раньше господствовали монополии. Подход, опирающийся на два эти начала (приватизацию и дерегулирование) с различиями, определяющимися местными особенностями и историей, используется для превращения информации в сферу, где господствуют рынок и его критерии. Он стал широко применяться с начала 1980-х годов (Nguyen, 1985) в Европе, США и на Дальнем Востоке. Согласно Винсенту Моско (Vincent Mosco, 1989) этот подход «состоит в отказе от политических решений в пользу решений рынка» (с. 201) и является совершенно правильным в той мере, в какой он делает акцент на рыночных критериях. При этом Моско ошибается в том, что происходит отказ от политических решений. Наоборот, приватизация и дерегулирование — сознательно выбранная и энергично проводимая в жизнь политика, которая ставит своей целью передать развитие информационных технологий в частные руки и добиться, чтобы эти технологии стали приносить прибыль.

Особенно эффективным оказался такой подход в сфере телекоммуникаций — одной из основных в информационном обще-

стве (Garnham, 1990, с. 136–153). С момента своего возникновения в 1981 г., когда *British Telecom* была выделена из государственного почтового ведомства, эта компания развивалась вполне рыночным путем, отдавая предпочтение при создании новых и развитии уже существующих услуг клиентам с толстым кошельком (в частности, корпорациям и государственным организациям). Компания была преисполнена решимости добиться успеха как коммерческая организация.

Хотя до начала приватизации в 1980-е годы политика ведомства, занимавшегося в Великобритании связью, редко формулировалась отчетливо, она укладывалась в рамки того, что можно было бы назвать идеологией общественных служб (общественного здравоохранения, образования и пр.). В соответствии с этой идеологией всем в стране предоставлялись одинаковые услуги без какой-либо дискриминации, а политика «разумных» цен была направлена на «доступность» услуги (ОЕСД, 1991, с. 26). Безубыточность достигалась при этом ценой сложной системы перекрестного субсидирования, причем основной доход давали дорогие услуги междугородной и международной связи. В Великобритании государственная монополия на услуги связи играла также значительную роль в поддержке производства электроники, поскольку ведомство связи закупало у отечественных производителей 80% оборудования, выступая в качестве агента правительственной экономической политики.

Однако ориентация правительства Маргарет Тэтчер (1979–1990) на рынок привела к демонополизации и дерегулированию телекоммуникационного сектора экономики. *British Telecom* утратила монопольное положение на рынке, которым компания пользовалась после выделения из почтового ведомства и избавления от необходимости заниматься обычными почтовыми отправлениями. Тут же возникла частная компания *Mercury*, которая не только стала альтернативным телефонным оператором, но и попыталась захватить наиболее лакомую часть телекоммуникационного рынка — деловую связь. Поскольку доля *Mercury* на рынке была невелика (менее 10%), компания не была настоящим конкурентом для *British Telecom*, истинная ее роль на рынке сводилась к тому, что она стала индикатором новых тенденций на рынке телекоммуникаций (в середине 1990-х годов *Mercury* и несколько других операторов были поглощены учредившей их компанией *Cable and Wireless*, поскольку в одиночку *Mercury* было сложно конкурировать с *BT*).

Последующая приватизация *BT* знаменовала собой дальнейшее усиление рыночного элемента в организации отрасли, причем роль сектора деловых коммуникаций на нем усилилась. Выразилось это в следующем.

Во-первых, в ответ на попытку *Mercury* «снять сливки» с сектора корпоративных услуг *BT* снизила стоимость услуг, рассчитанных на этот сектор. Затем компания начала жаловаться на «убытки, связанные с предоставлением местной связи», которые раньше покрывались за счет более высоких цен для корпоративных пользователей. Раньше это не было проблемой, но с 1990 г. *Mercury*, которая не была связана обязательством предоставлять универсальную услугу, попыталась захватить рынок корпоративной связи, получив с помощью своих 100 с небольшим линий 30% общенационального дохода от телекоммуникаций. *BT* стала стонать, что «пользователи с большим трафиком (т.е. корпоративные клиенты) платят слишком много за телефонную связь», тогда как 80% абонентов самой *BT* (владельцы домашних телефонов) «не дают компании адекватного дохода» (*British Telecom*, 1990). Результаты такого экономического анализа были предсказуемыми: хотя после приватизации государство сохранило за собой некоторые регулирующие функции, создав *Oftel* (*Office of Telecommunication*), который регулировал цены *BT*, ограничивалась лишь средняя цена услуг. На практике стоимость телефонной связи для рядового потребителя росла быстрее, чем цены в корпоративном секторе.

Во-вторых, *BT*, которая в качестве частной компании стремилась теперь к максимизации прибыли, попыталась выйти на мировой рынок телекоммуникаций. С этой целью она приобрела производственные мощности в Северной Америке и стала проявлять меньше интереса к закупке оборудования у британских фирм. Далее, в начале 1990-х годов *BT* вложила почти 3 млрд фунтов стерлингов в покупку 20% пакета акций *MCI* (*Microwave Communications Inc.*), второй по размеру среди крупнейших компаний США, предоставляющих услуги междугородней и международной связи, еще спустя несколько лет заключила многомиллионное соглашение с американским гигантом *AT&T* по совместному использованию ресурсов международной связи. Причиной стала, конечно, рыночная ориентация *BT* и признание, с одной стороны, того факта, что сам рынок становится многонациональным, а с другой — что наибольший доход на этом рынке приносит трафик, создаваемый корпорациями. На удовлетворение потребностей этого сегмента рынка — «многонациональных корпораций» — была ориентирована компания *Concert*, смешанное предприятие *BT* и *AT&T*, деятельность которого началась в 2000 г. *BT* признавала, что «наиболее крупными [потребителями услуг связи] являются транснациональные корпорации промышленно развитых стран мира» (*British Telecom*, 1990, с. 6). Она разработала соответствующую стратегию, которая была «сфокусирована на предоставлении доступа к сетям и связанным с

этим услугам транснациональным корпорациям» (British Telecom, 1993, с. 25). Располагая долей в *MCI*, заключив соглашение с *AT&T* и вступив в партнерские отношения с рядом европейских корпораций, *BT* должна была стать второй по величине в мире компанией, эксплуатирующей глобальные сети связи. Однако эти амбициозные планы самым драматическим образом провалились (компания *Concert* был ликвидирована в 2001 г., а слияние с *MCI* застопорилось), основные цели не были достигнуты, но при этом у *BT* не появилось никаких стимулов существенно улучшить обслуживание рядовых клиентов. Ведь целью всех инвестиций было создание глобальной сети более чем с 25 тыс. пользователей — транснациональных корпораций, которые получили бы доступ к усовершенствованным системам голосовой связи и передачи данных, необходимых для их эффективной работы.

BT не испытывает никаких мук совести по поводу выбора новой сферы в качестве приоритетной, поскольку это привело бы к «улучшению качества обслуживания в целом и созданию технических возможностей для развития системы связи для удовлетворения потребностей домохозяйств» (British Telecom, 1990, с. 6). Но, конечно, такой подход, ставит под сомнение всю экономическую теорию информационной революции.

В-третьих, на протяжении 1990-х годов *BT*, наращивая свои доходы, сокращала свой персонал: максимума он достиг в 1989 г., когда в компании было занято 250 тыс. человек, в 1993 г. это число упало до 150 тыс., и в 2000 г. во всем мире на *BT* работало уже только 125 тыс.

Сказанное не нужно понимать как сводку претензий именно к компании *BT*. Скорее, эволюция *BT* — это пример ведущей роли рыночных принципов и приоритетов в информационной сфере. Свободный от существовавших ранее ограничений, которым подчиняется любая государственная компания, гигант британской телекоммуникационной индустрии действует сейчас по правилам любой частной корпорации. Единственной его целью стал успех на рынке, и, стремясь исключительно к этой цели, он выбирает себе стратегию и развивает свои услуги. Если это значит, что цены для обычных абонентов будут расти быстрее, рабочие места — сокращаться, а новые информационные технологии создаваться в расчете на корпоративных клиентов, то так это и должно быть. Такова логика рынка, и руководство компании ведет себя в соответствии с этой логикой.

И, наконец, особое внимание следует обратить на те ограничения, которые накладывает рыночная среда на таких участников рынка, как *BT*. Можно было бы подумать, что для таких компа-

ний, как *BT*, играть по правилам рынка или воздержаться от этого, вопрос выбора. Но это далеко не так. Есть важные причины, вынуждающие их выбрать именно такой путь развития. Одна из причин коренится в том, что создание и обслуживание информационных сетей (при том что оно является важным условием повседневной деятельности корпораций) выводит компанию на рынок, где существует жесткая конкуренция, и игрокам на нем приходится придерживаться определенных правил. Как отмечает сама *BT* (1990), «по мере того как возникает глобальная телекоммуникационная структура», становится ясно, что конкурировать в этой среде смогут, «вероятно, [только] четыре или пять крупных поставщиков сетевых услуг, находящихся на передовом крае индустрии» (с. 6). *BT* хотела бы войти в эту элиту, но ей придется столкнуться с еще более крупными игроками, которые тоже хотели бы захватить часть огромного рынка сетевых услуг. Все предполагаемые игроки, включая *BT* (и крупнейшие американские, японские и европейские телекоммуникационные компании), прекрасно понимают ключевую роль на этом рынке крупных международных корпораций, которые располагают наибольшими бюджетами и испытывают наибольшую потребность в развитых телекоммуникационных услугах. Привлекает *BT*, конечно, возможность добиться успеха на этом рынке. Но, очевидно, что для крупной компании немислимы ни провал на рынке, ни тем более неспособность войти в рынок. Отдельные компании слишком вовлечены в гонку и лишь в малой степени могут контролировать ситуацию. Поэтому они обречены вступать в сложные альянсы, заниматься слияниями и собственным реструктурированием. В результате немецкий *Deutsche Telekom* пытается объединиться с итальянским *Telecom Italia*, *BT* предлагает альянс *IBM*, а последняя — *Microsoft*, и все это с целью получить стратегические преимущества на рынке, на котором игроками могут быть только гигантские компании.

Возобладавший рыночный подход к информационной сфере привел и к другим последствиям. В условиях рынка уменьшилась финансовая поддержка информационных центров, которые в течение долгого времени находились на бюджете государства. Этот вопрос будет подробно обсуждаться в главе 7, поэтому здесь я только «в телеграфном стиле» обозначу проблему. Ориентация на рыночные критерии в условиях «информационного взрыва» привела к реальному урезанию бюджетов таких учреждений, как музеи и художественные галереи, библиотеки, органы государственной статистики, *BBC*, а также системы образования.

С середины 1970-х годов правительственная политика Великобритании состояла в том, чтобы наиболее эффективным путем осу-

шествить в стране «информационную революцию» и таким путем превратить информационное обслуживание в *бизнес* (Information Technology Advisory Panel (ИТАР), 1983). С этой целью бюджетное финансирование информационной сферы было сокращено, и в целом ряде информационных центров стал насаждаться коммерческий подход к деятельности. Герберту Шиллеру, который стал свидетелем аналогичного развития событий в Соединенных Штатах, все это показалось «попыткой распространить коммерческий подход к информации на всю социальную сферу» (Schiller, 1987, с. 25). Результаты такого подхода нам хорошо знакомы: библиотеки сократили часы работы, стали испытывать нехватку средств на приобретение книг; платным стал доступ на выставки, на которые раньше был свободный вход; цены на информацию органов власти повышались, опережая инфляцию, в университетах сокращались курсы, не пользовавшиеся большой популярностью, и т.д.

Шиллер все это называет «постепенной деградацией социальной сферы и общественных служб» (Schiller, 1989b), которая в будущем серьезно скажется на способности общества создавать и потреблять информацию. С его точки зрения, мы стали свидетелями «молчаливой схватки между теми, кто хотел бы приватизировать информационные ресурсы страны, и сторонниками максимально широкого доступа к ним», причем в этой борьбе «последние постоянно отступают» (Schiller, 1985c, с. 708).

Трудно не согласиться с точкой зрения, что по мере того как финансирование из общественных источников заменяется (если оно вообще чем-либо заменяется) поступлениями от частных лиц, которые стремятся, чтобы информация приносила прибыль, или — в наименее драматических ситуациях — сокращение бюджетного финансирования заставляет сами организации обращаться к частным лицам, чтобы выжить, существенно изменяются способ создания информации и условия, на каких она становится доступной. Это ведет по меньшей мере к росту цен, преобладанию выставок и программ, которые привлекательны либо для широкой публики (привлекательны в той степени, чтобы достаточно людей купили на них билеты), либо для спонсоров (обычно из корпоративного сектора). Трудно поверить, чтобы это не влияло ни на доступность информации, ни, прежде всего, на содержание информации. Когда музей или галерея начинают брать деньги за вход, некоторые люди перестают их посещать, а самим этим организациям приходится прилагать усилия, чтобы выставки стали привлекательными для платежеспособной публики. Конечно, найдутся те, которые возразят, что все это не так плохо: и посетители лучше будут воспринимать то, за что они заплатили, и организа-

торы выставок будут учитывать интересы посетителей. Однако неизменным остается факт, что и предложение, и спрос изменятся в определенном направлении. Рыночный подход может, конечно, способствовать развитию воображения и новаторского подхода, но все чаще музей привлекает посетителей с помощью кафе, магазинов и экзотических выставок, что едва ли повышает качество предлагаемой информации и делает ее восприятие более глубоким. А если подключаются спонсоры, а это происходит все чаще, если речь идет об университетах, библиотеках, театрах и телевидении, то они оказывают еще более серьезное влияние на ситуацию. Какими бы просвещенными ни были обладатели толстых кошельков, они не могут заниматься чистой благотворительностью, у них есть свои цели и интересы. Для всего неординарного и требующего воображения, например искусства, нелегко получить поддержку: Агата Кристи — это, пожалуйста, но Дарио Фо — увольте. То же самое в образовании: деловое администрирование — ради бога, но не межрасовые отношения.

Грэм Мэрдок (Murdoch, 1990), выражая согласие с интерпретацией фактов, предложенной Шиллером, подчеркивает, что последствия ориентации на рынок особенно существенны, если речь идет о концентрации СМИ в руках крупных корпораций. С его точки зрения, «общественные учреждения культуры», такие как BBC и публичные библиотеки, — это «противовес» желтой прессе и заиклившимся на рейтингах коммерческому телевидению. Такие учреждения, если речь идет о лучших результатах их деятельности, «представляют собой образцы приверженности духу плюрализма и свободы мнений, и уж по крайней мере они заполняют важные пробелы в том, что предлагают коммерческие СМИ» (Murdoch, 1990, с. 6–7). Я вернусь к подробному обсуждению этих вопросов в главе 7, а здесь достаточно сказать, что изменения в финансировании «учреждений культуры», которые были направлены на их коммерциализацию, существенным образом сказались как на производстве, так и на потреблении информации.

Классовое неравенство

Придание рынку ключевой роли в информационной сфере привело к тому, что информация и информационные технологии создаются для тех, кто может за них заплатить. Конечно, это не значит, что информация превратилась в нечто недоступное широкой публике. Все члены общества могут, конечно, пользоваться такими информационными продуктами и услугами, как телевидение, радио и пресса. Поскольку рынок открыт для всех потребите-

лей, большая часть того, что на нем представлено, в принципе доступно каждому, у кого есть средства заплатить за это. Дело, однако, в том, что рынок как механизм распределения чутко реагирует на различие в доходах и благосостоянии покупателей. Другими словами, классовое неравенство, или — шире, любая имущественная иерархия в обществе, в «информационную эпоху» превращается в важный фактор.

В обществе, которое Винсент Моско (Mosco, 1989) назвал «обществом плати-за-все», на первый план выходит *платежеспособность* как фактор, определяющий создание и доступ к информации. Проще говоря, чем выше положение человека в социальной иерархии, тем богаче и разнообразнее информация, к которой он получает доступ. Чем ниже стоит человек на социальной лестнице, тем ниже качество информации, которую он может получить.

Герберт Шиллер (Schiller, 1983a), поддерживая высказанную точку зрения, указывает на трех «главных исполнителей информационной революции», выстраивая их в зависимости от способности создавать и распространять наиболее современные и дорогие результаты использования информационных технологий: военно-промышленный комплекс, крупные частные корпорации и правительство. В этом Шиллера поддерживают и консультанты бизнеса, которые, анализируя европейский рынок информационных технологий, приходят к выводу, что примерно две трети его оборота — это деньги корпораций и правительственных агентств, тогда как на долю «простых людей» (т.е. всех, кто не попал в предшествующие две категории) приходится одна треть. Таким образом, плодами самых изысканных технологий пользуется империя Форда и ВВС, а на долю населения остаются «объедки»: в основном телевидение и игровые приставки к нему.

Ведущая роль критерия платежеспособности, тесно связанного с классовой принадлежностью, приводит Герберта Шиллера к идее, которую можно было бы назвать информационной стратификацией общества. Шиллер пишет об «информационных богачах» и «информационных бедняках», имея в виду как отдельные группы в обществе, так и целые страны.

Доступ к информации становится функцией имущественного состояния и дохода. Широкие слои общества и само государство постепенно утрачивают этот доступ... В обществе усиливается дифференциация по признаку информационного «иметь» и «не иметь», превращая тех, кто не имеет, а их в информационную эпоху подавляющее большинство, в существа еще более зависи-

мые от немногочисленных генераторов, обработчиков и передатчиков информации.

(Schiller, 1983b, с. 88)

Проиллюстрировать это утверждение довольно легко. В таких, например, странах, как Великобритания или Соединенные Штаты, для основной части населения информационная революция означает, что телевидения стало еще больше. Как уже отмечалось, все основные новшества, связанные с этой «революцией», по существу, только технические усовершенствования телевизионного приемника (кабельное телевидение, домашний компьютер, видеомагнитофон, Интернет), причем и само содержание, передаваемое с помощью этих усовершенствованных устройств, нам хорошо знакомо: это развлечения. И причины этого хорошо понятны. Они в том колоссальном успехе, которым уже много лет пользуется телевидение: с его появлением домохозяйства насыщаются бытовой электроникой, это замечательное средство распространения рекламы, и, наконец, производимый таким образом продукт относительно дешев и привлекателен для потребителя. Поэтому нет ничего удивительного, что поставщики информации крепко держатся за инструмент, который уже доказал свою надежность. Кроме того, нужно иметь в виду, что у такой продукции должен быть массовый потребитель, так как каждое отдельное домохозяйство дает информационной индустрии сравнительно небольшой доход. Учитывая это, работа на рынке, где покупателями выступают домохозяйства, имеет смысл только в том случае, если предлагается продукт массового спроса: только сбив отдельные домохозяйства в стадо «широкой публики», можно сделать их привлекательными для капиталовложений. Но сформировав сегмент рынка под названием «широкая публика», на нем можно предлагать массу однородных товаров: все тот же монитор и колоссальное количество электронных игр, ток-шоу, «мыльные оперы», фильмы и, конечно, спорт. Как оказалось, «широкая публика» не любит платить за то, что ей показывают, поэтому программы субсидирует спонсоры или рекламодатели. И вновь, за редкими исключениями, те, кто размещает рекламу на телевидении, заинтересованы в том, чтобы ее увидели как можно больше людей, и они подталкивают каналы показывать «побольше того же самого», чтобы собрать у телевизоров многомиллионную аудиторию.

«Наименьшим общим делителем» для всех программ становится развлечение, и любые попытки как-то разнообразить и усложнить содержание программ для домохозяйств обречены на провал.

То же самое относится к кабельному и спутниковому телевидению. Хотя масса всего было написано о том, что когда-то появится телевидение, которое будет эффективно удовлетворять различные потребности, что будет 30 каналов, по которым театралы смогут увидеть спектакли, что появится балет — для балетоманов, новости и комментарии — для людей, увлеченных политикой, образовательные передачи — для тех, кто хотел бы чему-то научиться, действительность показывает, что прав был Брюс Спрингстин: «57 каналов — и полная пустота». Большой частью каналы кабельного телевидения предлагают те же развлекательные программы: спорт, «мягкая» порнография, боевики, рок-музыка и кино. Специализированные каналы, о которых мечтали футурологи в начале 1980-х годов, появившись, тут же исчезли, потому что платить за их просмотр могла только горстка людей, а для остальных это было слишком дорогое удовольствие, да средств тех зрителей, которых удалось собрать у экрана, было недостаточно для содержания специализированных каналов. Те каналы, которые выжили, занялись разработкой золотой жилы развлечений; они удержались благодаря скромной стоимости подписки и доходов от рекламы, обеспеченных большой аудиторией. Неужели кто-нибудь серьезно верит после этого, что информационная среда в Европе станет существенно лучше после появления спутникового *Sky Television* Руперта Мэрдока?

Приведенные данные показывают, что «широкая публика» состоит из «информационных бедняков», которых нужно «сбить в кучу» массовой аудитории, чтобы ее покупательная способность оказалась достаточной для того, чтобы предлагать ей какой-то информационный продукт. Нужно добавить, что развитие рынка кабельного телевидения оказало заметное влияние и на общественное телевидение. Я буду это обсуждать в главе 7, а здесь только отмечу, что страсть операторов сетей кабельного телевидения к работе с массовой аудиторией привела к существенным осложнениям для таких телевизионных каналов, как *BBC*. Если на «бесплатном» канале эфирного телевидения появляется программа, которая привлекает несколько миллионов, то операторы кабельного телевидения сразу же пытаются запустить ее аналог, но уже, конечно, за деньги. В Великобритании это относится прежде всего к спорту. С 1990 г. все футбольные матчи первой лиги и международные игры с участием Англии закупаются для показа по каналу *Sky Television*, то же относится к показу таких спортивных событий, как розыгрыш первенства по гольфу (*Ryder Cup*) и боксерские матчи на первенство мира. Соль здесь в том, что зрелища, которые в прошлом можно было увидеть бесплатно, доступны те-

перь только абонентам канала, причем готовым дополнительно оплачивать специальные программы.

Я не считаю, что переход к платному телевидению превращает людей в «информационных бедняков». Едва ли стоит спорить с тем, что, подписавшись на кабельный канал, человек получает более широкий доступ к информации. Тем не менее этот переход действительно ухудшает положение тех, кто и так чувствуют себя ущемленными в отношении доступа к информации. Он действительно сокращает разнообразие программ, которые были доступны на каналах общественного телевидения. И вот в чем парадокс: этот переход не приводит к увеличению выбора для тех, кто пользуется кабельным телевидением. Во-первых, за расширение такого выбора нужно платить, и многим потенциальным зрителям это просто не по карману, а, во-вторых, программы кабельного телевидения настолько убоги (спорт, кинофильмы и прочие развлечения), что сокращается даже тот выбор, который был у зрителей общественного телевидения, в Великобритании оно было все же довольно разнообразным.

Процесс, сходный с углублением различий в информационном обеспечении групп населения с неодинаковыми доходами, происходит и в отношении государств. Здесь неравенство ощущается очень остро. Промышленно развитые государства, в которых сосредоточена основная часть мирового богатства, получают и основные преимущества от информационной революции. В то же время бедные государства, в которых проживает большая часть населения земного шара, получая «объедки со стола» государств «первого мира» (например, в виде старых голливудских сериалов), попадают в зависимость от передовых государств. Страны третьего мира довольствуются тем, что даст им мир первый (например, продукцию агентств новостей или западные шоу, которые разрушают традиционную культуру и верования), и по мере того как монополии внедряют все более совершенные информационные технологии — в частности, спутники, которые из космоса следят за происходящим в бедных странах (например, за выращенным там урожаем, залежами полезных ископаемых, косяками рыбы), а то и просто шпионят за ними, — эти страны оказываются во все худшем положении.

Шиллер утверждает, что информационная революция родом из классового общества, на ней лежит печать неравенства, и она только обостряет это неравенство. То, что называют информационной пропастью, имеет тенденцию становиться только глубже: более образованные и состоятельные люди получают дополнительные преимущества в виде доступа к развитым информационным

ресурсам (например, к функционирующим в режиме он-лайн базам данных и совершенным коммуникационным системам), а тех, кто находится на нижних ступенях социальной лестницы, постепенно погребает под собой «информационный мусор», как его называет Шиллер. Этот мусор развлекает, отвлекает, содержит массу сплетен и очень мало ценной информации.

Как замечает Шиллер, большее количество информации не обогащает человеческую жизнь. Напротив, когда предоставление и доступ к информации становятся платными, большинство получает массовую информацию — то, что легко произвести, легко воспринять и что манит своей поверхностностью. Только тогда, когда аудитория сбита в стадо, предоставление информации становится выгодным. Программа, которая передается в 2 часа полудни едва ли соберет массовую аудиторию. Тем не менее рыночные критерии работают и в этом случае: в такое время неизменно идут наиболее дешевые программы или повторные показы старых программ.

Анализируя поток информации, которая в последние десятилетия предлагалась «широкой публике» — от криминального чтива, которое теперь можно купить даже в съестных лавках, бесплатных газет, которые доставляют в каждую квартиру, моря «почтового сора», круглосуточных программ телевидения до пунктов проката видеофильмов, появившихся на каждой улице в центре города, — известный журналист Карл Бернштейн (Bernstein, 1992) приходит к выводу, что «среднего американца заваливают мусором». Его энергично поддерживает Герберт Шиллер (Schiller, 1987), который пишет, что «мы видим и слышим все больше и больше о все менее и менее существенных вещах. Утром это телевизионные “новости” — полтора часа бессмысленной болтовни ни о чем, якобы рассказ о текущих событиях». «Информационная революция» кормит «информационных бедняков» похлебкой из скандалов в королевской семье, дает им ежедневно возможность смотреть «мыльную оперу», участвовать в обсуждении сексуальных похождениях спортсменов и при этом крайне редко рассказывает беднякам о состоянии общества, в котором они живут, о других культурах, об их собственном положении и о его причинах.

Корпоративный капитализм

С точки зрения Герберта Шиллера, больше всего от информационной революции выиграли крупные корпорации в передовых капиталистических странах, поскольку они представляют собой наиболее лакомый сегмент рынка. В XX в. рыночная экономика пре-

вратилась из экономики бесчисленного множества малых предприятий в экономику, в которой доминирующее положение занимают немногочисленные, вертикально и горизонтально интегрированные корпорации, работающие по всему миру.

Переход к корпоративному капитализму привел к ряду важных следствий для развития информационной среды, каждое из которых связано с осевой ролью этих корпораций, сконцентрировавших в своих руках огромные богатства. Одно из преимуществ корпораций состоит в том, что информация и информационные технологии развивались таким образом, что именно корпорации и стали их наиболее крупными потребителями. Корпорации располагают мощными компьютерами, для них созданы интерфейсы телекоммуникационных систем и разработаны наиболее совершенные технологии электронной обработки информации, они в состоянии все это себе позволить, а их информационные потребности как раз и могут быть удовлетворены с помощью таких технологий. По мере того как корпорации росли, усложнялись и расплзались по всему миру (а они стали в последнее время еще масштабнее, их деятельность — более диверсифицированной, а государственные границы утратили для них всякое значение), становилось, например, ясно, что у них есть прямо-таки «встроенная» потребность в информационных сетях и наиболее развитых системах управления. Имея предприятия, расположенные в разных концах света, корпорации не могли бы существовать без самых совершенных компьютерных технологий, которые позволяют интегрировать эти предприятия в единую систему и управлять ею.

В этом, конечно, нет ничего нового, но, учитывая, сколько ходит легенд о прямо-таки сверхъестественных причинах появления новых технологий, все-таки нужно сказать, что те, кто готовы платить за изощренные информационные технологии, и находят в конце концов то, что в наибольшей степени соответствует их потребностям. Если мы примем во внимание определяющую роль прибыли при капиталистическом способе производства, то поймем, что история изобретений в технике определяется в основном теми, кто платит по счетам. Дэвид Нобл (Noble, 1977), занимаясь этой историей, показал на фактах, что инженерная мысль в США развивалась в тесной связи с формированием в экономике корпоративного сектора. В частности, рассматривая историю создания новейших технологий, Нобл (Noble, 1984) показал, что компьютеризация производства определялась требованием менеджмента, чтобы цеховое звено не принимало никакого участия в разработке новых систем. Менеджмент добивался, чтобы компьютеризация усилила именно его роль в производстве, а не работников цеха.

Речь шла о дальнейшей концентрации власти в руках тех, кто и так контролировал деятельность предприятий.

Поскольку информационные технологии «отлично соответствуют требованиям мирового капитала» (Schiller, 1981, с. 16), они помогают укреплению системы как в пределах отдельного общества, так и по всему миру. Причем разными способами. В частности, эти технологии дают возможность корпорации использовать местную рабочую силу, местную специфику (политические, региональные, экономические и прочие особенности) с такой эффективностью, которой нельзя было бы добиться без совершенной системы коммуникаций, позволяющей мгновенно связаться с разбросанными по всему миру филиалами компании. Те же технологии облегчают корпорации осуществление стратегии децентрализации (то есть позволяют сокращать штаты работников штаб-квартир и поручать выполнение отдельных функций дочерним компаниям, действующим как «независимые» коммерческие организации), одновременно усиливая роль основного командного звена в центре, поскольку теперь деятельность на местах уже легко отслеживать, а ее результаты — фиксировать с помощью целого ряда методов (например, ведения детализированных данных о продажах, о производительности труда, вплоть до производительности труда отдельных работников).

Информационные технологии позволяют корпорациям выполнять операции по всему земному шару, обращая минимальное внимание на введенные местными властями ограничения. Даже суверенные страны не отслеживают потока сообщений, которыми с помощью частных телекоммуникационных сетей и компьютеров, работающих в реальном масштабе времени, обмениваются между собой корпорации. Как может узнать, например, правительство Индии или какой-нибудь страны в Африке, что делает базирующаяся на их территории корпорация, если информация, касающаяся компании Форда или *IBM*, передается из Детройта в Лагос или из Нью-Йорка в Бомбей в цифровой форме через спутник, принадлежащей западной компании? Часто возникают вопросы, например, об уровне внутрикорпоративных цен (то есть об использовании корпорацией собственных способов ведения учета, которые позволяют ей снизить издержки по оплате труда или при осуществлении инвестиций, учитывая или, наоборот, игнорируя реальные соотношения цен в данном регионе), но в эпоху информационных технологий и передачи информации в электронной форме на подобные вопросы практически невозможно дать однозначного ответа (Murray, 1981).

В рассуждениях о власти, которую дает корпорациям доступ к информационным сетям, упускается из виду важное — забывают,

что продукты «информационного взрыва» доступны только их *собственникам*. Я уже многократно возвращался к той роли, которую играют корпорации в сегодняшней экономике, и писал о том, как они навязывают нам свои ценности и препятствуют иному осмыслению действительности, что оказывает существенное влияние на информацию. Мы уже отмечали это, рассматривая последствия введения платного доступа к информации и применения в отношении нее рыночного подхода. Теперь я хочу остановиться на отношениях собственности в информационной сфере, поскольку эти отношения играют в связи с информацией важную роль. Одним из следствий применения принципа частной собственности по отношению к информации, как мы увидим, стало то, большинство информационных служб работают на корпоративный сектор, где сосредоточена наибольшая экономическая мощь. Другим следствием стало то, что масса информации, приобретенной корпорациями, стала недоступной обществу и, вероятно, останется недоступной навсегда. И именно потому, что она находится в частной собственности. Это очевидно для Герберта Шиллера, который считает, что в современной Америке «колоссальное количество информации скрывается от общественности, потому что владеющие ею корпорации считают ее частной собственностью» (Schiller, 1991a, с. 44). Очевидный пример положения, когда собственники делают с принадлежащей им информацией все что хотят, это информация, собранная в ходе исследований рынка и данные о научных исследованиях и разработках, которые ведутся частными компаниями. Интеллектуальная собственность, патентование и защита авторских прав — это те области права, которые в информационную эпоху процветают, и их процветание — показатель того, какую важность в наши дни приобрели права собственности на информацию.

И, наконец, нужно подчеркнуть, что корпоративный капитал — это отнюдь не какая-то внешняя среда, в которую были помещены информационные технологии. Информационная революция не только совершалась на потребу корпоративному сектору, она управлялась и осуществлялась самим корпоративным капиталом. Ведь это факт, что информационная индустрия представляет собой олигополию, гигантскую и глобальную по своим масштабам индустрию. В списке ведущих поставщиков информационных технологий мы находим несколько крупнейших в мире корпорация вроде *IBM, Digital Equipment, Microsoft, Philips, Hitachi, Siemens* и *General Electric*. Эта часть рынка постоянно находится в процессе ферментации; слияния и поглощения следуют друг за другом, и вовлеченными в них неизменно оказываются крупнейшие корпо-

рации, которые борются за максимальную долю быстро перестраивающегося рынка, при этом направление их деятельности постоянно меняется: к производству вычислительной техники они присоединяют производство средств связи, к офисному оборудованию — производство вычислительной техники, к издательскому делу — образовательные услуги. Вот несколько примеров, которые иллюстрируют схемы деятельности и приоритеты корпораций в информационной сфере.

В конце 1993 г. американская телефонная корпорация *Bell Atlantic Corp.* попыталась приобрести *Telecommunications Inc. (TCI)* — крупнейшего оператора кабельного телевидения, сумма сделки должна была составить около 33 млрд долл. Если бы «самая значительная сделка за десятилетие, которое и так было отмечено беспрецедентными слияниями корпораций» (из заявления члена Федеральной комиссии по связи Джеймса Квелло, приведенного газетой «Нью-Йорк геральд трибюн» (*New York Herald Tribune*, 1993, October 11, с. 11), состоялась, то это было бы самое крупное поглощение за всю предшествующую историю, а возникающая после слияния компания заняла бы шестое место в списке 500 самых крупных компаний США, публикуемом журналом «Форчун». Предполагалось объединить оператора кабельного телевидения и телекоммуникационную компанию, которая уже предлагала ряд информационных услуг (развлечения, электронная торговля, совершенные системы связи). Сделка сорвалась в 1994 г., но нужно учесть, что она была самой драматической из сделок такого рода, а они в этой области продолжают. С этой сделкой связана другая: *TCI* решила купить *Paramount Communications Inc.*, одну из крупнейших компаний, занятых производством фильмов, со значительным потенциалом в области кино- и видеофильмов. В перспективе виделось создание таким образом «информационной магистрали» XXI в., а непосредственной целью — усиление контроля со стороны корпоративного капитала за проектированием и планированием таких магистралей.

В мае 1991 г. *AT&T* — крупнейшая в мире телекоммуникационная компания, которая не только предоставляла услуги, но и производила оборудование и вела научные исследования и разработки в известном всему миру научно-исследовательском центре *Bell Laboratories*, объявила о слиянии с *NCR*, пятой по величине компанией США в области производства компьютеров. Сделка, размеры которой оценивались в 7,4 млрд долларов, привела бы к объединению фирм, производящих вычислительную технику и занимающихся телекоммуникацией, и расценивалась тогда как самое значительное событие в компьютерной промышленности (среди

других событий такого рода — установление связей с Европой, в частности с фирмой *Olivetti*). Ее инициатором выступила *AT&T*, которая была освобождена от ограничений, наложенных на нее в антимонопольным законодательством в начале 1980-х годов (предоставление услуг телефонной связи). Несколькими годами позже, в 1998 г., *AT&T* возобновила попытки приобрести *Telecommunications Inc. Bell Atlantic Corp.*, которой в 1993 г. было отказано в такой же сделке, сама появилась на свет в результате расчленения *AT&T* в 1984 г. Тогда *AT&T* была лишена статуса естественного монополиста на услуги связи в самих Соединенных Штатах. Взамен отказа от деятельности на местном рынке (на котором работает, например, *Bell Atlantic*) *AT&T* получила право работать на любом другом рынке. До разделения ей было запрещено предлагать свои услуги за пределами США и в такой сфере, как кабельное телевидение (Webster and Robins, 1986, с. 242–245). *Bell Atlantic*, потерявшая *Telecommunications Inc.*, получила в качестве компенсации возможность купить в 1997 г. *Nynex* (размеры сделки оценивались в 26 млрд долларов), а на следующий год объединиться с оператором международной связи *GTE* (размеры сделки оценивались в 70 млрд долларов). Тем временем *AT&T* благополучно приобрела *Telecommunications Inc.* (стоимость сделки 48 млрд долларов) и тем самым создала промышленную группу, объединившую крупнейшую в стране телекоммуникационную компанию и крупнейшего же оператора кабельного телевидения, создав основы для предоставления одновременно услуг телефонной связи, кабельного телевидения и доступа в Интернет.

Однако самое масштабное из всех слияний произошло в начале 2000 г., когда объединились *America Online (AOL)* и *Time Warner*. *America Online*, крупнейший интернет-провайдер, слился с информационным гигантом (ему принадлежат *CNN*, *HBO*, журнал *Time*, киностудия *Warner Brothers* и др.), размеры сделки оценивались в 106 млрд долларов (*Economist*, 2000, 15 January, с. 23–25). За три года до этого *AT&T* хотела купить *America Online* за 30 млрд долларов, но ее предложение было отклонено. В результате слияние привело к возникновению *AOL Time Warner* — по величине четвертой в мире корпорации и, возможно, первой интегрированной онлайн-медиакорпорации, способной как обеспечить доступ к Интернету, так и создавать для него наполнение (контент), хотя и преимущественно развлекательного характера.

Эти примеры демонстрируют важные особенности информационной сферы, которые имели для Герберта Шиллера решающее значение. Информационная индустрия представлялась ему полем, на котором соперничают гигантские капиталистические

корпорации, которые во все большей мере берут на себя ответственность за организацию и предоставление связи и за содержание информации. Поскольку вся эта область развивается по пути конвергенции и интеграции (технологии и услуг, программного и аппаратного обеспечения), в плане организации бизнеса неизбежно начинаются лихорадочные усилия все объединить или все что можно поглотить. Господство в этой сфере корпораций неизбежно приводит к тому, что решающее значение приобретают такие ценности, как прибыльность, возможности сбыта и предложение на основе платежеспособного спроса.

Потребительский капитализм

Сказанное относилось к тому, как Шиллер и другие представители той же школы обосновывают точку зрения на информационное общество, как на общество, наилучшим образом отвечающее потребностям развитого капитализма, его рыночных структур, господствующему в нем неравенству и его корпоративным структурам. Однако есть критики, которые идут дальше этого, причем они следуют двумя путями. Один подход, развиваемый Оскаром Ганди (Gandy, 1993), основан на проблеме слежки с акцентом на классовый подход и на специфику капитализма. Ганди считает, что информатизация социальных связей в таком обществе все чаще выражается в виде слежки за гражданами в интересах класса собственников. В рамках этой концепции, признавая *капиталистический характер государства*, мы допускаем, что оно выполняет поручение господствующего класса держать в узде угнетенные классы путем наблюдения за ними, ведя, например, досье на активных профсоюзных деятелей, «подрывные» элементы в обществе и радикальных мыслителей. Причем слежка — только этап на пути применения более радикальных санкций к диссидентам. Аналогично использование слежки в экономических целях имеет своей целью укрепление капиталистических отношений (Mosco, 1989, с. 119–124). Другой подход (связанный с первым) исходит из посылки, что информационная революция направлена на то, чтобы глубже внедрить в повседневную жизнь людей капиталистические отношения, стимулируя развитие *потребительского капитализма*.

Значение термина «потребительский капитализм» довольно расплывчато: индивидуалистический (в противоположность коллективистскому) образ жизни, при котором люди «приобретают жизнь» (Lynd and Hanson, 1933), лично оплачивая все, что они получают. Это приводит к разрушению социальных связей, погружению в узкий личный мир, пассивности людей (капитализм

порождает *потребителей*), в таком обществе поощряются гедонизм и эгоцентризм. Потребительский капитализм — это упор на частную жизнь, когда соседские связи, ответственность и забота об общем благе уступают место заботе о личных потребностях, которые проще всего удовлетворяются покупками в ближайшем магазине или в универсаме; мечты о самореализации через покупки свидетельствуют о распаде личности (Lasch, 1984).

Развитие информационной сферы — важное условие распространения консюмеризма*, поскольку информация — средство, с помощью которого корпоративный капитализм убеждает людей, что потребление — существенный и неизбежный элемент их образа жизни. Созданный информационный колпак, соглашается Шиллер, используется для того, чтобы «внедрить во все стороны человеческой жизни рыночные категории... из которых самая важная — потребление» (Schiller, 1992, с. 3). Здесь у меня есть возможность лишь кратко представить аргументы, которыми он подтверждает тезис о том, что информационная революция насаждает потребительский капитализм.

Во-первых, телевидение во все большей мере становится как средством *продажи* товаров и услуг, так и пропагандистом потребительского образа жизни. Телевидение и так уже много сделало для формирования образа жизни «покупателя на диване», и аналитики предполагают, что плоский экран телевизора, игровые приставки, Интернет, видеомагнитофон и кабельное телевидение, объединившись, смогут сделать в этом направлении еще больше. Чем прочнее обосновываются эти информационные технологии у обывателя дома, тем энергичнее становятся попытки так сформировать содержание, которое они доводят до пользователя, чтобы стимулировать его покупать еще больше. Рекламодатели и спонсоры предлагают все новые и новые, более эффективные и интенсивные способы направлять аудитории свои «послания»: на платном телевидении — более прицельно строить «картинку», шире использовать информирующую рекламу, более удачно размещать рекламируемую продукцию в контексте сериалов и кинофильмов.

Во-вторых (и это связано с моим «во-первых»), и остальная часть содержания программ, за вычетом рекламы, направлена на то, чтобы сформировать потребительский стиль жизни. Ежедневно телевидение демонстрирует зрителю символы успеха, красоты, моды, популярности, удовольствия и всеобщего восхищения, а зритель, в свою очередь вождедая все это, отправляется по магазинам (Ewen, 1976; Ewen and Ewen, 1982; Ewen, 1988). Этот довод,

* От лат. *consumo* — потребляю. — *Прим. перев.*

конечно, не нов, к нему уже много раз обращались, осуждая телевизионные «соблазны». Говорили о том, что население, подвергнутое «промывке мозгов», стремится удовлетворить потребности, сформированные искусственно, исключительно для того, чтобы помочь самовоспроизводству капиталистических отношений, а не улучшить жизнь обычного человека. Реже приводится третий аргумент. Суть его в том, что информационные технологии разрушительно влияют на способность человека решать проблемы самому или совместно с общиной. Некогда люди выращивали, например, многое из того, что съедали, на собственном участке, сами шили себе одежду, тогда как сегодня все наши потребности удовлетворяет ближайший супермаркет или сеть магазинов (Seabrook, 1982b). Телевидение и подобные технологии взяли на себя ответственность за наши развлечения, а мы впали в *зависимость* от машины, которая тешит нас, а мы от нее не отрываем глаз.

Наконец, в-четвертых, новые технологии позволяют корпорациям в большей мере следить за широкой публикой и на основе этих наблюдений более прицельно строить рекламные кампании. Уже много лет назад Даллас Смит (Smythe, 1981) изобрел термин «аудитория как товар» (audience commodity), который указывал на связь между стремлением телевидения завоевать максимальную аудиторию и потребностями рекламодателей. Критерием успеха на телевидении стало не содержание передачи, а число смотрящих ее зрителей, именно оно и продается рекламодателям. Все это дожило до наших дней и используется в еще более широких масштабах. Обратите внимание, например, на «газеты», которые бесплатно доставляются в каждый дом данного района. Они совсем и не ставят своей целью познакомить его жителей с местными новостями (скептик может проверить это утверждение, познакомившись с содержанием подобного издания в своем городе). Задача газет — доказать рекламодателю, что с их помощью объявление попадет в каждый дом на этой территории. Это, конечно, довольно примитивная форма слежки за населением, хотя она обеспечивает доставку информации в каждый дом, тогда как вещающее в данной местности радио и телевидение не дают такой гарантии. Но существуют и более изощренные формы, когда адресные продажи осуществляются с использованием баз данных, которые ведут профессиональные объединения, клубы и магазины. Новые технологии легко позволяют составлять потребительские профили потенциальных покупателей на основе объединения данных, выбранных из таких баз данных, и использовать их в тщательно разработанных схемах продаж. Возможности платного телевидения здесь значительно шире, так как оно позволяет расчленить аудиторию в

зависимости от того, какой канал предпочитает данный сегмент аудитории, и даже от того, как часто и долго эти зрители смотрят этот канал. Исследуя этот вопрос, Кэвин Уилсон (Wilson, 1988) придумал (с. 43) термин «киберпродажи» (cybernetic marketing), чтобы обратить внимание на перспективы использования интерактивных технологий при покупках, совершаемых из дома, по телевизору или с помощью домашнего компьютера. Масса покупателей становится при этом еще более разобщенной, загнанной в узкие рамки домашней жизни, тогда как продавцы получают возможность электронным образом составлять портрет каждой отдельной покупки. Каждая транзакция будет отслеживаться, каждый просмотр программы учитываться, создавая петлю обратной связи между покупателем и продавцом, что приведет к еще более изощренным методам рекламы и к еще более глубокому погружению аудитории в пучину консюмеризма.

Возражения критическим теоретикам

Эта глава посвящена изложению взглядов критических теоретиков на информационное общество. Посмотрим теперь, что им возражают.

Позиция критических теоретиков вызывает несколько возражений. Одно, которое так и просится на язык, касается практических выводов из их критики. Трудно не заметить, что в их трудах нет никаких практических предложений. Познакомившись с их доводами, многие восклицают: «Ну и что же делать?». Другое возражение, которое с живостью выдвигают те, кто выступает против Шиллера и его единомышленников, — это крах коммунистических режимов, который якобы лишает смысла критику капитализма. Поскольку в работах Шиллера, хотя и в неявной форме, присутствует мнение, что общество могло бы быть организовано и не в соответствии с капиталистическими принципами — в частности, он постоянно высказывается в пользу «общественной информации» как альтернативы «частной», — а поскольку эксперименты с коллективной собственностью, как известно, привели к драматической развязке, критических теоретиков просят все-таки ответить на это возражение.

Однако взгляды критических теоретиков нельзя ни отвергнуть, потому что они не предлагают альтернативы существующему порядку вещей, ни проигнорировать, только потому, что некапиталистические режимы оказались несостоятельными. Основная ценность проделанной Шиллером работы в том, что он смог понять и

объяснить феномен информационной эпохи. Это важно не в последнюю очередь и потому, что любая идея построения альтернативного общества может вызвать доверие только в том случае, если она способна дать разумное объяснение, что происходит здесь и теперь. Очень многие сценарии грядущего информационного общества построены на идеалистических мечтаниях о «потенциале и возможностях новых технологий» или о том, чего бы можно было добиться, если бы «вся эта информация стала доступной». Достоинство работ Шиллера в том, что они напоминают нам, что, прежде чем мечтать об альтернативах, нужно понять, что происходит сегодня.

Более того, объясняя, как возникла информационная эпоха, работы Шиллера указывают на принципиальную *возможность* другой организации общества. Если вслед за Шиллером взглянуть на информационное общество как продукт реального *исторического развития*, обусловленного взаимодействием общественных сил, то можно представить себе и *другой* путь развития. Но предполагать возможность альтернативного развития не значит поддерживать тот коммунистический строй, который существовал до недавнего времени, а затем пал.

Шиллер возражал против такой интерпретации. И хотя его угнетала мощь капитализма и его нежелание меняться, он также прекрасно сознавал, что:

те режимы в мире, которые отвергают рыночные принципы и установления, после Второй мировой войны демонстрируют все меньшую способность обеспечить альтернативные пути доступа населения к информации и культуре. На мой взгляд, они последовательно принимают западные медийные стандарты и модели, как если бы те представляли собой реальную альтернативу моделям, которые они сами не сумели развить и использовать.

(Schiller, 1992, с. 4)

Но можно ли это считать адекватным ответом критикам Шиллера? Любопытно сопоставить парамарксистский анализ информационного общества с тем, который принадлежит правым. Это стоит сделать уже потому, что между ними много общего, с тем, однако, отличием, что правые в принципе не видят альтернатив капиталистической организации общества. Они так же рассматривают информационную революцию как порождение определенного типа общества — капитализма, и поэтому, с их точки зрения, можно представить и другие пути развития, но каждый из них представляется им худшим по сравнению капиталистической сис-

темой (которую они также готовы признать несовершенной). Фрэнсис Фукуяма (Fukuyama, 1992) в книге, которая привлекла к себе большое внимание, когда вышла в свет, излагает точку зрения, которая не так уж радикально отличается от марксистского анализа. Конечно, говорит он, мы живем в капиталистическом обществе, и, конечно, рыночные критерии определяют, что мы в таком обществе производим. Существенное различие, с точки зрения Фукуямы, состоит в том, что капитализм более эффективно генерирует национальное богатство по сравнению с альтернативными экономическими системами (даже если в политическом плане эти системы развиваются в демократическом русле). Признавая, что коллективизм мог добиваться эффективности в эпоху тяжелой индустрии, Фукуяма считает, что с наступлением «эры информации» это уже невозможно. В эту эпоху ценится, прежде всего, приспособляемость, и роль рынка и предпринимательства возрастают. Коммунистические общества, пишет он, демонстрируют:

гораздо худшие результаты, когда пытаются справиться с вызовом информационной эпохи. Для марксистско-ленинской доктрины «пост-индустриальная» экономика с ее сложностью и динамизмом стала своего рода Ватерлоо.

(Fukuyama, 1992, с. 93).

Автор подобных высказываний находится в одном шаге от полного принятия точки зрения Шиллера.

Существует еще одно возражение, но его может выдвинуть только тот, кто с парамарксистской точки зрения окончательно впал в ересь. Из утверждений, что влияние корпораций только возрастает, рыночные отношения распространяются на все новые сферы жизни, ширится консюмеризм, можно сделать вывод, что положение только ухудшается. Когда говорят о том, что все наводнено «информационным мусором», можно подумать, что этот мусор пришел на смену ценной информации, а распространение вычислительных сетей ведет к более жесткому контролю за рабочей силой, гражданами и индивидуальными потребителями, чем тот, который когда-либо существовал.

Но эта концепция информационной «деградации» вызывает скептическое отношение не только потому, что в нашем распоряжении нет сравнительного материала. Не трудно, конечно, показать, что информация в современном обществе не отличается высоким качеством, но не нужно утверждать, что она хуже, чем была до этого. Как показал Энтони Гидденс (Giddens, 1990, 1991), использование информационных технологий для контроля или даже

для увеличения продаж корпорациями не обязательно ведет к негативным последствиям. Например, вполне можно допустить, что эффект от систем наблюдения *двоякий*: с одной стороны, они усиливают контроль со стороны менеджмента, с другой — расширяют возможности выбора для людей. Нельзя же спорить с тем, что внедрение кредитных карточек позволяет корпорациям гораздо лучше отслеживать поступки людей, но та же капиталистическая затея привела и к тому, что жизнь многих людей стала легче, во многих сферах жизни облегчились расчеты.

В том, что касается неравенства в отношении доступа к информации, нужно отметить, что радикальные критики капитализма, увлеченные классовыми различиями в доступе к информационным ресурсам, используют довольно грубую модель социальной стратификации в современном обществе. Классификация на «информационных богачей» и «информационных бедняков» уж как-то очень расплывчата и не принимает во внимание всей сложности иерархических отношений в классовом обществе. Короче, она не опирается на социологические данные, которые позволили бы ввести такие переменные, как пол, расовая и этническая принадлежность, не говоря уже о том, что в современном обществе резко возросла доля людей, которые не заняты физической работой, и их позиция в классовой иерархии иная, чем у работников физического труда. Шиллер подчеркивает, что корпоративный сектор экономики получил наибольшую выгоду от информационной революции, и хотя принадлежность к корпоративному сектору имеет явное отношение к классовой структуре общества, нельзя ставить знак равенства между личным состоянием, которое лежит в основе классовой структуры, и состоянием корпоративным. Поэтому «информационные богачи» как индивиды — это не совсем то, что корпорации, и приемлемый анализ информационного неравенства должен был бы учесть это различие. Кроме того, упрощенная концепция класса, которую использует Шиллер, не принимает в расчет культурных различий (не сводимых к экономическим), хотя в информационной сфере культурный капитал (например, высшее образование, доступ к библиотекам и владение языком) может иметь решающее значение (сравните положение в обществе богатого неуча с человеком скромного достатка, но при этом хорошо образованного). Я не хотел бы здесь слишком резко противопоставлять культурное и экономическое благосостояния, моя цель сводилась к тому, чтобы показать необходимость более тонкого подхода к социальной стратификации, если мы хотим определить классовые неравенства в доступе и использовании информационных ресурсов.

Еще одно возражение вызывает тенденция критических теоретиков создавать исключительно «черно-белую» картину развития информационной сферы. С ними можно согласиться, что значительная часть информации, предназначенной для широкой публики, действительно представляет собой «информационный мусор», но из этого не следует, что вся доступная информация обязательно никуда не годится. Конечно, количество телепередач возросло неимоверно, и основная часть этого прироста — смесь из болтовни, боевиков и «мыльных опер», но в абсолютном измерении возросло и количество высококачественной информации. В Великобритании, например, с появлением *Chanel 4* в начале 1980-х годов на экране появилось больше американских сериалов, но одновременно возрос объем телевизионных программ и глубина подачи материала. Однако аудитория *Chanel 4* так удручающе мала, что иногда напрашивается вопрос, способна ли аудитория и хочет ли она выделять действительно качественные продукты из того, что ей предлагается, и, похоже, что, если это не вопрос культурного уровня, то вопрос, тесно связанный с ним.

Близка к тому, что было сказано, и проблема использования видеоманитов, которая оказала, по крайней мере в Великобритании, огромное влияние на поведение аудитории. Можно было бы предположить, что люди записывают эфирные передачи в основном для того, чтобы посмотреть их в более удобное время. По крайней мере, часть аудитории благодаря этой технологии получила дополнительную возможность смотреть высококачественные программы, которые передаются, как правило, поздно и рассчитаны на немногочисленную аудиторию полуночников, а не на тех, кому приходится вставать еще до 8 утра. Примерно то же можно сказать и о популярной беллетристике. Трудно, конечно, без ужаса просматривать названия всего того, что предлагает сеть магазинов *W. H. Smith*. Поверхностные детективы конкурируют с «мягкой» порнографией в категории бестселлеров, а Джейн Остин и Элиотом там и не пахнет. Однако если в абсолютном измерении лучше всего продается криминальное чтение, то и классические произведения стали более доступными и более популярными, чем кто-либо мог подумать в начале революционного вторжения на рынок изданий в мягких обложках.

Вернемся к роли, которую приписывают информации в распространении консюмеризма. Отметим сначала, что обвиняют ее в этом не только парамарксисты. На чрезмерный индивидуализм, на ослабление социальных связей и на основную роль в этом рыночных отношений указывали разные мыслители: от Ортега-и-Гассета, Томаса Элиота и Ф. Ливиса до Джереми Сибрука. Аргумент о том, что информацией манипулируют, чтобы сформировать у человека «лож-

ные потребности», убедить его, что его личные слабости и скрытую тревогу можно преодолеть с помощью приобретения каких-то вещей вроде шампуня или дезодоранта, приводился многократно.

Но эти утверждения многократно и оспаривались, причем приводилось несколько взаимосвязанных доводов. Прежде всего, указывали, что время от времени людям действительно нужны какие-то простые вещи, которые наполняют их жизнь смыслом, даже если с чисто практической точки зрения без них обойтись вполне можно. Предположение, что «убогая жизнь» может идти рука об руку с «высокими мыслями», а шахтер или фабричный рабочий приходили после смены и читали Коббетта или Харди, — основано на иллюзиях. Так никогда, конечно, не было: если в XIX в. рабочий и читал что-нибудь, то это была дешевая стряпня, сенсационные истории об убийствах, насилии, пьянстве и падших женщинах (James, 1963).

А теперь вернемся к современности и посмотрим, так ли уж люди одурачены рекламой и прочими завлекательными материалами. Постмодернисты и другие мыслители, чьи взгляды мы рассмотрим в следующей главе, считают, что у рядовых людей есть достаточно здравого смысла, чтобы понять, что пропаганда потребления лжива, что брошюры туристских агентств далеко не всегда говорят правду, а потребление пива не гарантирует, что вы будете окружены друзьями и товарищами. Они способны воспринимать этот поток коммерческой рекламы остраненно, отдавая должное содержащемуся в нем юмору, иронии, работе оператора, цвету и всему прочему (Schudson, 1984).

Было бы ошибкой делить все население на домоседов и любителей компании. Совсем не обязательно, чтобы люди, которые предпочитают проводить время дома, были эгоцентриками, отрезанными от соседей и не проявляющими интереса к местным событиям (Bellah *et al.*, 1985). Питер Сондерс (Peter Saunders, 1990) высказал мнение, что:

значение, которое приобретает домашний очаг, не обязательно свидетельствует об эскапизме* и пренебрежении общественной жизнью, у людей есть возможность одновременно и полноценно принимать участие и в обеих сферах жизни.

(Saunders, 1990, с. 283)

И, наконец, остановимся на предположении, что единственная причина, которая приводит к формированию «ложных потребнос-

* Эскапизм (от англ. *escape* — бежать, спастись) — стремление личности уйти от действительности в мир иллюзий. — Прим. перев.

тей», — коварные маркетинговые приемы, с помощью которых эти товары сбываются. Это предположение, по меньшей мере, спорно.

Оно основано на гипотезе, что образ товара в определенном смысле важнее самого товара, на который хотели бы обратить внимание рекламодатели. Но люди не покупают печенье *Kit-Kat* исключительно потому, что они увидели соответствующую рекламу, это печенье им просто нравится. То же можно сказать и о новых информационных технологиях, предназначенных для домохозяйств: они действительно более качественные, чем их предшественники, идет ли речь о проигрывателях для компакт-дисков, современных акустических системах и даже о телевизорах, которые сегодня более привлекательны, обеспечивают более высокое качество приема и более надежны, чем когда-либо в прошлом. И, конечно, сегодня гораздо больше людей покупают потребительские товары (от духов до игр) не потому, что их соблазнила реклама, но потому, что эти вещи дают им наслаждение и повышают их самооценку.

Резюме

Неправильно было бы завершать эту главу замечаниями чисто отрицательного характера, поскольку я считаю, что критические теоретики внесли ценный вклад в изучение рассматриваемого вопроса (что следует, впрочем, и из размеров посвященной им главы). Некоторые из их идей представляются мне особенно важными для понимания значения информации. Особенно это относится к работам Герберта Шиллера, который, анализируя реальную действительность, а не «возможности технологий» и не «воображаемое будущее», предлагает свое понимание основных категорий, используя которые можно оценить роль и значение информации и информационных технологий.

Он обращает наше внимание на рыночные критерии и роль корпоративного капитализма, но не в состоянии убедить нас в ключевой роли этих факторов. Ему удалось показать, что в «информационную эпоху» классовое неравенство не исчезает. Наоборот, он отмечает, это неравенство стало ключевым фактором, определяющим — в местном и глобальном масштабах, — какая информация создается, при каких условиях и кто при этом получает выгоду. И, наконец, его характеристика «потребительского капитализма» — независимо от того, как относиться к выбору термина и его применению — напоминает нам, сколь значительную роль в информационной сфере играет информация, направленная на то, чтобы побудить человека, казалось бы, скрывшегося в скорлупке собственного дома, что-нибудь *приобрести*.

7

УПРАВЛЕНИЕ ИНФОРМАЦИЕЙ И МАНИПУЛЯТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

*Юрген Хабермас
и концепция публичной сферы*

В мире есть группа аналитиков, занимающихся проблемой информационного общества, которые, хотя и согласны с тем, что сегодня в обществе циркулирует гораздо больше информации, чем когда-либо раньше, но относятся к концепции информационной эпохи без особого энтузиазма. Эти аналитики считают, что циркулирующая информация подпорчена, что существуют те, кто специально выбирает определенный способ ее подачи, кто наводит на нее «глянец», благодаря которому она склоняет людей в пользу определенной позиции, кто манипулирует ею, добиваясь собственных целей, или превращает информацию в развлечение, чтобы выгоднее сбыть ее как товар. С точки зрения этих аналитиков, информационное общество — это такое общество, в котором создание и распространение информации подчинено целям рекламных кампаний, стало делом специалистов по дезинформации из министерства обороны, экспертов по связям с общественностью, парламентских лоббистов; общество, в котором несоразмерно большую роль играют «надежные источники», близкие к правительственной Даунинг-стрит.

Такая интерпретация действительности, доведенная до крайности, заставляет задать вопрос: а возможна ли в обществе, где так манипулируют общественной информацией, сама демократия, как в нем можно требовать от электората ответственного, осмысленного и просвещенного отношения к выборам? В начале XIX в. Джеймс Мэдисон (Madison, 1751–1836), четвертый президент Соединенных Штатов и один из авторов американской конституции, имея в виду подобные опасения, заметил:

правительство народа без доступной народу информации... это пролог к фарсу или к трагедии, а скорее, к тому и другому. Знание всегда будет управлять невежеством, а если люди хотят свои-

ми делами управлять сами, то им нужна такая власть, которую может дать только знание.

(Madison, 1953, с. 337)

Слова Мэдисона отдаются набатом в сердцах всех, кто продолжает задавать себе вопрос, действительно ли обилие доступной информации делает нашу демократию более жизнеспособной. Некоторые считают даже, что как раз наоборот: распространение Интернета, телевидения и других средств информации приводят к снижению гражданской активности, нежеланию людей участвовать в демократическом процессе и попыткам скрыться в собственном замкнутом мире инфотейнмента (*infotainment*) — инфоразвлечений (Boggs, 2000). Наши предки мало читали, разве что Библию, Шекспира и от случая к случаю какую-нибудь брошюру, но участвовали в выборах гораздо более исправно. Ведь в 2001 г. в Великобритании, когда проводились последние всеобщие выборы, почти половина избирателей не потрудились даже проголосовать, а явка избирателей на президентских выборах в США еще хуже, причем так обстоит дело уже давно.

В основе такого рода критики лежит скептическое отношение к информации, особенно той, которая адресована широкой публике. Легко согласиться тем, что информация, которая содержится в базах данных, отражающих биржевые сделки с ценными бумагами, или обращается в корпоративных сетях передачи данных куда лучше той, что была раньше. Однако аналитики, чьи взгляды рассматриваются в данной главе, утверждают, что неизмеримо большее количество информации, которое получает широкая публика, не обязательно лучше, чем прежде, потому что она создается скорее всего затем, чтобы отвлечь, развлечь, чтобы скрыть истинное положение вещей или даже просто обмануть. Короче говоря, значительная ее часть — это дезинформация, которая формируется (по крайней мере так можно подозревать) в интересах определенных групп (политических сил или сил, борющихся за экономическое влияние) и с определенными корыстными целями (особенно для того, чтобы изменить соотношение богатства, которыми распоряжается общество в целом и частные лица). Эти группы интересов влияют на формирование этой информации и придание ей нужной направленности.

Некоторые из тем, затрагиваемых аналитиками, взглядам которых посвящена данная глава, обсуждает и Герберт Шиллер. Как и он, эти аналитики отвергают идею о возникновении нового информационного общества, хотя и согласны с резким ростом значения информации для современного общества. Я начну анализ

взглядов этих исследователей с работ немецкого философа Юргена Хабермаса (род. 1929), поскольку под влиянием именно его взглядов на сферу публичной информации и сформировался обсуждаемый подход*. Взгляды Юргена Хабермаса часто подвергались критике. Тем не менее его скептическое отношение к неявно принимаемому предположению, что рост количества информации приводит к появлению более информированного общества, а также настойчивость, с которой он подчеркивает, что вопрос информации — ключевой для решения проблемы, как людям удается жить вместе, делают его труды неопределимыми. Хабермас побуждает поставить вопрос таким образом: всегда ли «больше» означает «лучше» (а, может быть, больше — это хуже?). И тут же ставит вопрос, какая информация нужна в демократическом обществе. Следуя намеченному Хабермасом пути, мы сначала рассмотрим его концепцию публичной сферы информации и попытаемся понять, в чем ее ценность для понимания развития таких ключевых сфер, как телевидение и государственная статистическая информация. Затем перейдем к вопросу о связи информации и демократии в глобальном мире и посмотрим, какие новые угрозы для демократии возникли в связи с приходом глобализации на смену миру отдельных национальных государств.

Сфера публичной информации

Хабермас рассматривает концепцию публичной информации в одной из своих ранних работ, но английский перевод его *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society* появился только 27 лет спустя после выхода немецкого издания. В своей книге Хабермас показывает, преимущественно на материале, относящемся к Великобритании XVIII и XIX вв., как в эпоху зарождения капитализма возникла публичная сфера, а потом — в середине и конце XX в. — она пришла в упадок. Эта сфера была независимой не только от государства (хотя и

* Сегодня Хабермас, вероятно, наиболее влиятельный теоретик в области социальных наук, продолжающий традицию франкфуртской школы, к которой принадлежали такие ученые, как Теодор Адорно и Макс Хоркхаймер. На протяжении всей карьеры Хабермас был увлечен исследованием предпосылок существования в обществе открытой и свободной коммуникации, что явно связано с его исследованиями подъема и упадка публичной сферы информации. Я здесь не касаюсь основного направления исследований Хабермаса, но это направление нужно, конечно, иметь в виду, поскольку именно в этом контексте и возникли исследования, о которых пойдет речь.

финансировалась им), но и от основных экономических сил. Это была сфера, позволявшая любому желающему рационально обсудить проблему (то есть провести обсуждение или дискуссию, участники которой лично не заинтересованы в ее исходе, не притворяются и не подтасовывают ее результатов), присоединиться к этой дискуссии и познакомиться с ее материалами. Именно в этой сфере и формировалось общественное мнение (Holub, 1991, с. 2–8).

Информация служила становым хребтом публичной сферы, предполагалось, что участники публичных дискуссий ясно изложат свои позиции, а широкая публика с ними ознакомится и будет в курсе происходящего. Элементарной и в то же время самой важной формой публичной дискуссии были парламентские дебаты, которые публиковались дословно, хотя, конечно, свою роль (причем существенную) играли библиотеки и публикация государственной статистики.

Идеальную организацию публичной сферы легко представить: это честные члены палаты общин, которые в зале заседаний осуждают проблемы, пользуясь помощью способных и преданных делу государственных служащих, которые честно собирают нужную по ходу дела информацию. При этом весь процесс идет на глазах публики: сказанное добросовестно отражается в официальных публикациях, а пресса обеспечивает доступ к содержанию этих публикаций и старательно сообщает обо всем происходящем, так что, когда дело подходит к выборам, политика можно заставить отчитаться в его деятельности (и, естественно, что он делает это и в течение срока своего пребывания в парламенте, так что вся его деятельность совершенно прозрачна).

Идея публичной сферы чрезвычайно привлекательна для сторонников демократии и тех, кто испытал на себе влияние идей Просвещения. Для первых отлаженная публичная сфера — идеальная *модель*, на которой может быть продемонстрирована роль информации в демократическом обществе: их привлекает то, что надежная информация, которая предоставляется всем без каких-либо условий, является гарантией открытости и доступности демократических процедур. Концепция публичной сферы бесконечно привлекательна и для тех, кто находится под влиянием идей Просвещения. Она дает возможность людям доступа к фактам, они могут спокойно их проанализировать и обдумать, а затем принять *рациональное* решение, что нужно делать.

Полезно познакомиться с тем, как Хабермас излагает историю развития публичной сферы, чтобы понять динамику и направления этого развития. Хабермас считает, что публичная сфера

или, точнее, то, что он называет буржуазной публичной сферой, возникло в XVIII в. в связи с некоторыми важными особенностями капитализма, получившего развитие в это время в Великобритании. Самым важным было то, что класс предпринимателей стал достаточно состоятельным, чтобы добиться самостоятельности и избавиться от опеки государства и церкви. До этого в сфере общественной жизни доминировали двор и церковь, подчеркнуто демонстрировавшие приверженность феодальным обычаям, пока растущее богатство новых капиталистов не подорвало господства традиционной знати. Одним из проявлений этого богатства стала растущая поддержка предпринимателями всего, что было связано с литературой и литераторами: театра, кофеен, романов и литературной критики. Затем в свою очередь ослабла зависимость литераторов от покровителей, и, освободившись от традиционных зависимостей, они сформировало среду, критически настроенную по отношению к традиционной власти. Как замечает Хабермас (Habermas, 1962), «искусство светской беседы превратилось в критику, а остроловие — в аргументы» (с. 31).

Другим источником растущей поддержки свободы слова и реформы парламента стало развитие рыночных отношений. По мере того как капитализм рос и креп, он приобретал все большую независимость от государства, все чаще требовал изменения его институтов и не в последнюю очередь — институтов представительной власти, более широкое участие в которых позволило бы ему продолжить экспансию рыночных отношений. Аутсайдеры, обретя силу и веру в свои силы, хотели теперь стать инсайдерами. Борьба за реформу парламента была одновременно и борьбой за свободу прессы, поскольку те, кто выступал за эту реформу, добивались и большей открытости в политике. Знаменательно, что в середине XVIII в. впервые появились полные отчеты о заседаниях парламента.

Параллельно шла борьба за независимость прессы от государства. Этой борьбе содействовала апатия государства, но немало — и низкие издательские расходы. Как оказалось, пресса XVIII—XIX столетий, в которой был представлен очень широкий спектр мнений, при этом очень полно отражала деятельность парламента, что свидетельствует о существовании тесной связи между развитием прессы и парламентской реформой*. И, конечно, важную роль в борьбе разных сил сыграло формирование политической оппозиции, кото-

* Знаменательно, что именно в 1832 г. по отношению к прессе стали употреблять выражение «четвертая власть», имея в виду, что ее место — после власти знати (лордов), князей церкви и палаты общин.

рое стимулировало столкновение и борьбу мнений, что в конце концов привело к возникновению того, что Хабермас называет рационально-приемлемой политикой.

Итогом развития стало создание к середине XIX в. буржуазной публичной сферы с ее характерными чертами: открытой дискуссией, критикой действий власти, полной подотчетностью, гласностью и независимостью действующих лиц от экономических интересов и контроля государства. Хабермас подчеркивает, что борьба за независимость от государства стала важной составляющей буржуазной публичной сферы. Ранний капитализм был вынужден сопротивляться государству, отсюда борьба за свободную прессу, за политические реформы и за более полное представительство капитала во власти.

В своем историческом анализе Хабермас указывает и на парадоксальные особенности буржуазной публичной сферы, которые он называет рефеодализацией некоторых сфер жизни. Одна из них связана с продолжавшимся ростом *капитализма*. В течение некоторого времени, отмечает Хабермас, происходило «взаимопроникновение» (Habermas, 1962, с. 141) отношений частной собственности и публичной сферы, но на протяжении последних десятилетий XIX в. хрупкое равновесие между ними постепенно стало нарушаться в пользу частной собственности. По мере того как капитализм становился все более могущественным и влиятельным, его сторонники переходили от призывов к реформам государственных институтов, к их захвату и использованию в своих целях. Короче говоря, возникло *капиталистическое государство*, а его сторонники стали все чаще переходить от дебатов и агитации к использованию государства, в котором они теперь доминировали, в борьбе за свои частные интересы. В результате члены парламента одновременно оказались и членами правлений частных компаний, политические партии стали получать от бизнеса прямое финансирование, возникли центры разработки партийных стратегий (*think tanks*), в парламенте начались систематическая лоббистская деятельность и обработка общественного мнения, публичная сфера теряла свою независимость. Конечно, свою роль играть продолжали и независимые участники — нужно вспомнить, например, о таких организациях, как «Друзья земли» и профсоюзы, и, конечно, о лейбористской партии Великобритании, — но большинство было за то, чтобы приспособиться к капиталистическим отношениям (Miliband, 1969, с. 195) и, следовательно, расстаться с ролью оппозиционеров (яркий пример — движение новых лейбористов Тони Блэра).

Хабермас не утверждает, что происходит возврат непосредственно к предшествующей эпохе. Наоборот, распространение лоббирования и технологий пиара — особенно на протяжении XX столетия — показывает, что жизненно важные элементы публичной сферы сохранились, стало общепризнанным, например, что в некоторых случаях только предшествующие политические дебаты могут придать легитимность принятым решениям. То новое, что внесли технологии пиара в публичную сферу, — маскарад, к которому участники дебатов прибегают, чтобы скрыть свои истинные интересы, рассуждая об «обществе всеобщего благосостояния» или о «национальных интересах», а это, в свою очередь, превращает дискуссию в современном обществе в «в подделку» под настоящую публичную сферу (Habermas, 1962, с. 195). Поэтому, используя термин «рефеодализация», Хабермас имеет в виду скорее возврат к силовому противостоянию, к чему-то сходному со средневековыми судебными поединками вместо честного соревнования различных взглядов и мнений.

Еще одно свидетельство рефеодализации, связанное с упомянутым аргументом, — перестройка системы массовых коммуникаций в обществе. Нужно иметь в виду, что эта система играет важную роль в публичной сфере, поскольку СМИ отслеживают события, происходящие в ней, и тем самым обеспечивают обществу широкий доступ к ней. В XX столетии, однако, СМИ превратились в монополистические организации и в меньшей мере стали выполнять свою важнейшую функцию — доводить до общественности достоверную информацию. По мере того как СМИ во все большей степени выражают интересы класса капиталистов, они не столько распространяют информацию, сколько формируют общественное мнение.

У этого процесса есть много аспектов, некоторые из них рассмотрены в главе 6, но итог состоит в том, что по мере того как пресса становится средством рекламы и берет на себя функции пропаганды (даже в том случае, когда публикует, казалось бы, всего лишь репортажи), публичная сфера приходит в упадок. По тем же причинам — растущей коммерциализации и экспансии корпоративного капитала — сокращается роль литературы, ее функция становится преимущественно развлекательной, теперь это бестселлеры и блокбастеры, которые пишутся не для того, чтобы их критически обсуждали, а для того, чтобы потребляли. Касается ли дело издательств, прессы или играющего более важную роль телевидения, все они сегодня порабощены, «феодализованы», их задачей стало прославление капиталистического образа жизни. Что они и делают, угодливо рассказывая о жизни звезд, односторонне

и предвзято подавая новости, подчиняя содержание диктату рекламодателей, которые требуют максимально увеличить размеры аудитории, к которой обращена публикация.

Обе эти тенденции отражают распространение и укрепление капиталистических отношений, которые подавляют любые другие социальные связи. Но кроме этих тенденций в обществе сохранилась еще некая сила, которая в XVII–XIX вв. яростно сопротивлялась попыткам государства подчинить себе публичную сферу. Эта сила нередко проявлялась в попытках плыть против течения, которое несло нас в сторону развитого капитализма. Здесь нужно вспомнить о той социальной группе, которая в современном мире внесла существенный вклад в формирование этоса *служения обществу*. Хабермас обнаружил, что с момента зарождения «буржуазной публичной сферы» в ней нашлось место для людей, которые оказались между рынком и государством, между буржуазией и властью имущими. Здесь я имею в виду ученых, адвокатов, врачей и некоторых государственных служащих. По мере того как капиталистические отношения становились в обществе и в самом государстве доминирующими, представители этой и некоторых других групп стали подталкивать государство поддержать некоторые институты публичной сферы, которые еще не полностью подпали под капиталистическое господство, и добились в этом даже определенного успеха. Хабермас указывает, в частности, на возникновение организаций общественного вещания, которые были созданы государством «поскольку в ином случае они не могли бы выполнять своих интерпретирующих функций и не были бы в достаточной мере защищены от капиталистического влияния» (Habermas, 1962, с. 188). Так же можно объяснить, как удалось в современном обществе сохранить еще несколько важных институтов: публичные библиотеки, государственную статистическую службу, музеи и художественные галереи и даже систему высшего образования. Капиталистическая система делала столь энергичные попытки включить их в систему своих отношений, что государство было вынуждено выступить гарантом сохранения важных элементов инфраструктуры публичной сферы. Этос слуги общества в наилучшей степени может обеспечить функционирование публичной сферы. По крайней мере, по отношению к информационной сфере он требует распространения информации среди самых широких слоев общества независимо от их возможности платить за эту информацию, беспристрастного и политически неангажированного представления этой информации. Такое отношение встречается с подозрительным и часто настороженным отношением доминирующего сейчас в обществе корпоративного капитализма.

Читая работу Юргена Хабермаса об истории развития публичной сферы, невольно думаешь, как же хрупка эта сфера и насколько непрочна ее будущее. Даже в свои лучшие дни буржуазная публичная сфера не была средством, которое вполне было способно обеспечить то, что немецкий философ называет «неискаженной коммуникацией». А его рассказ о том, что происходило с этой сферой позже, наводит на еще более мрачные мысли. Его интерпретация вполне укладывается в русло наиболее пессимистических прогнозов теоретиков франкфуртской школы. Особенно характерны взгляды учителя Хабермаса Теодора Адорно: капитализм торжествует, самодеятельность индивида сведена к минимуму, крайне ограничены возможности критической мысли, в эпоху транснациональных медиаимперий и заполняющей все рекламы для публичной сферы просто больше не осталось места. Медийные корпорации заботятся прежде всего о рынке сбыта, производимая ими продукция направлена лишь на то, чтобы собрать максимально большую аудиторию для рекламодателей и поддерживать предпринимательство. В итоге они создают лишь разные виды развлекательной продукции: приключенческую стряпню, пустую болтовню, сенсации, сплетни о личной жизни знаменитостей, восторги по поводу современного образа жизни. Все это, раздутое до последних пределов, притягивает к себе и неплохо продается, но информации во всем этом ничтожно мало. Авторы этой продукции не ставят перед собой более серьезных задач, чем «незаметно подталкивать аудиторию к непрерывному потреблению» (Habermas, 1962, с. 192), но уж к данной цели они относятся серьезно.

Хабермас идет дальше, чем сторонники Маркса. С его точки зрения, публичная сфера не только ослаблена вторжением рекламы и присущей ей этики, но ей еще нанесен существенный урон технологиями пиара. В этой связи на Хабермаса произвела сильное впечатление карьера Эдварда Бернайса (1891–1995) — старейшины американского направления «управления общественным мнением». Хабермас рассматривает его карьеру как особенно показательную для эпохи гибели публичной сферы. Для него все, что представляет Бернайс и его многочисленные последователи, связано с исчезновением характерной для публичной сферы традиции рационального обсуждения, на смену которой пришли лицемерие и манипуляции политиканов (Robins and Webster, 1999). Для Юргена Хабермаса это отказ от «критериев рациональности», лежащих в основе публичной дискуссии: подобные критерии «полностью отсутствуют среди хитроумных приемов формирования консенсуса», которые превращают политическую жизнь в шоу, разыг-

рываемое перед одураченными «зрителями, которые тут же готовы к нему присоединиться» (Habermas, 1962, с. 195).

Хабермас с глубокой тревогой размышляет о сегодняшнем положении вещей. Все мы, получив избирательные права, приобщились к политике, но не привело ли это к тому, что мнение масс возобладало над разумной аргументацией? Плохо то, что избиратель частенько не задумывается над важностью вопроса, который ему предстоит решить, но еще хуже, что после появления всеобщего голосования каждый избиратель сталкивается с «современной пропагандой» (с. 203), которая в «манипулируемой публичной сфере» получила возможность управлять общественным мнением (с. 217). Так что у просвещения есть и мрачная сторона. Какой смысл в том, что люди голосуют, если они не могут понять, за что они голосуют? Зачем нужна дополнительная информация, если она используется для обмана? «Янус двулик: просвещение оборачивается надзором, информация — рекламой, воспитание — манипулированием» (с. 203).

Публичная сфера и изменения в области информации

Сказанное выше — частичное изложение труда Хабермаса, в котором особый упор сделан на роль информации во взлете и падении публичной сферы. Прежде чем двинуться дальше, отметим, что взгляды Хабермаса стали объектом критики (Johnson, 2001). Серьезные возражения были выдвинуты в отношении изложения им фактов, на которые опирается его концепция информационной сферы. Некоторые исследователи не согласны с «полным упадком» этой сферы, который вытекает из работы Хабермаса (Hohendahl, 1979), тогда как другие сомневаются, скрывается ли за словами «публичная сфера» вообще какая-нибудь реальность (Schudson, 1992). А еще отмечают, что Хабермас забыл, что женщины не допускались в публичную сферу (Landes, 1995), что существовала «публичная сфера плебса» (Keane, 1991), то есть рабочий класс тоже боролся за то, чтобы быть представленным во власти. Кроме того, Хабермас, как оказалось, не учел корыстных интересов профессионалов, которые обслуживали публичную сферу (Calhoun, 1992). И, наконец, что именно имел в виду Хабермас под рациональностью, которой он приписывает такое большое значение, говоря о публичной сфере? К последнему вопросу я еще вернусь.

Несмотря на все эти недостатки, идея публичной сферы все же обладает большой притягательной силой и фиксирует внимание

на связи между информацией и демократическим образом правления (Curran, 1991, с. 33). Если допустить, что общественное мнение должно формироваться в результате открытого обсуждения, то эффективность этого процесса окажется обусловленной количеством информации, ее доступностью и способом доведения до потребителя. Проще говоря, наличие надежной и адекватной информации облегчает проведение полноценного обсуждения, тогда как недостаток ее, и тем более ее тенденциозность, почти неминуемо приведут к предвзятому решению и нелепому обсуждению. Это соображение привело некоторых аналитиков, особенно Николаса Гарнэма (Garnham, 1990, 2000) к идее использовать понятие публичной сферы для осмысления изменений в области информации. При этом введенное Хабермасом понятие используется, чтобы оценить, какая информация была доступна в прошлом, как она изменилась и в каком направлении идут дальнейшие изменения.

В частности, концепция информационной сферы была использована для анализа изменений в трех взаимосвязанных областях. Первой стали такие институты публичной сферы, как *ВВС* и сеть библиотек, причем авторы, которые рассматривали этот вопрос, утверждали, что информационным функциям этих учреждений был нанесен ущерб главным образом, если не исключительно, в результате попыток заставить их играть по рыночным правилам. Вторая область связана с общим беспокойством, которое вызывает превращение информации в товар. Эта тема пользуется большой популярностью среди критических теоретиков, взгляды которых были рассмотрены в главе 6. Аналитики предвидят губительные для публичной сферы последствия отношения к информации как к чему-то, что торгуется ради прибыли, считая, что это приводит к снижению качества политического дискурса и понижает уровень участия в политической жизни (Voggs, 2000). Третья область — это общее состояние системы коммуникаций в современном обществе, в которой, по мнению аналитиков, в силу разных причин создается и распространяется все больше недостоверной и искаженной информации. В поле их зрения попадают новая система коммуникаций, которая делает упор на коммерческие принципы и не поощряет распространение почти ничего, кроме эскапистских развлечений; распространение таких форм финансирования информации, как спонсорство, реклама и пиар; все большее распространение технологий манипулирования информацией, которые используют политические партии, корпорации и другие группы, все чаще прибегающие к помощи беззастенчивой пропаганды. Рассмотрим подробнее некоторые из используемых при этом методов.

Общественная информация

Радио и телевидение

Общественное радио- и телевидение относятся к числу наиболее важных информационных служб Великобритании и то же самое относится ко всем развитым странам. *BBC*, например, это основной источник политической, культурной и социальной информации, доступный любому члену общества.

Общественное вещание может рассматриваться как образец института, который в своей повседневной деятельности внеположен влиянию политики, бизнеса и даже аудитории, к которой оно обращается, ему не нужно добиваться определенных экономических целей, и то, что оно создает, предназначено и доступно для общества в целом, а не только для тех, кто может оплатить подписку, причем, создавая информационный продукт, общественное вещание не заботится о спонсорах и рекламодателях. Такое вещание должно оказывать по возможности высококачественные услуги всему обществу, которое оно рассматривает как собрание меньшинств, и каждое из них должно что-то получить от этого вещания, но, конечно, не в ущерб тем программам — новостям, текущим событиям, постановкам, документальному кино, — которые предназначены аудитории в целом. Работающие на таком вещании люди готовы оказывать информационные услуги, не скрывая, зачем они это делают, они готовы информировать аудиторию по широкому кругу вопросов и проблем, от политики до ведения домашнего хозяйства. Конечно, здесь нарисован идеальный образ, и *BBC*, хотя она уже многие годы подчеркивает свою функцию общественного вещания, только приближается к этому образу. Я думаю, всем понятно, что некоторые характеристики общественно-го вещания заимствованы из данного Юргеном Хабермасом описания публичной сферы. Прежде всего, это относится к организационной независимости как от правительства, так и от рыночной экономики, а также к этосу слуги общества, который обеспечивает в нем неискаженную коммуникацию и доступность услуг для всех, независимо от дохода и имущественного состояния.

Возникнув в начале XX в., *BBC* была сознательно организована таким образом, чтобы не иметь ничего общего с коммерцией. Эта организация возникла благодаря удивительному единодушию радикалов и консерваторов, когда обе стороны согласились, что *BBC* должна быть государственной организацией, изолированной от влияния частного капитала. Все они были свидетелями того разгула делячества и безобразия, которое появилось, когда Соеди-

ненные Штаты допустили, чтобы там вещание было организовано на принципах свободного предпринимательства, и дружно возникшее у них неприятие подобного положения вещей, привело к рождению в Великобритании странного альянса. Историк А. Тейлор замечает по этому поводу: «Консерваторам нравился порядок, а лейбористам не нравилось частное предпринимательство» (Taylor, 1965, с. 233), и поэтому обе стороны сошлись на мнении, что «вещательная служба должна осуществляться публичной корпорацией, которая на началах доверительной собственности будет обеспечивать национальные интересы, ее статус и обязанности должны соответствовать статусу и обязанностям общественной службы» (Smith, 1974, с. 53).

Вот таким образом «в Великобритании родилась *BBC*, которая стала орудием парламента и чем-то вроде посольства национальной культуры в своей собственной стране» (Smith, 1973, с. 54). В сфере вещания ей было гарантировано монопольное положение, а финансировалась она за счет налога, который взимался при продаже радиоприемников, а позднее — телевизоров (оплата лицензии). То, что *BBC* была создана парламентом и поставлена вне коммерческих отношений, имело ряд важных последствий. Законодатели прямо подчеркивали, что задача корпорации — не только развлечение, но и образование. Уже многие годы это *BBC* — «информировать, просвещать и развлекать» — крепнет и находит выражение в ее продукции: от новостей до рассчитанных на меньшинство программ о музыке, литературе, театре и увлечениях.

Все сказанное нельзя непосредственно перевести в термины, использованные Хабермасом для описания публичной сферы как форума для «рационального обсуждения», но вещание, несомненно, привлекло общественное внимание к проблемам и событиям, которые непосредственно не входят к сферу повседневных интересов большинства населения (поэтому, рассказывая о событиях в отдаленных уголках мира или о тех сторонах жизни Великобритании, которые были долго скрыты от глаз общественности, *BBC* выполняет важную функцию демократизации жизни). Пэдди Скэннелл и Дэвид Кардифф (Scannell and Cardiff, 1991) считают, что, расширяя кругозор аудитории, вещание тем самым способствует «рациональному мышлению в том смысле, что люди обретают способность отчитываться в своих поступках, от них ожидают объяснений по поводу того, что они делают, как они живут и во что верят... Даже если их отчеты и не являются рациональными в собственном смысле слова (поскольку этот термин в какой-то степени подразумевает установление правильных причинных связей), уже само их появление обогащает общественную жизнь и открыва-

ет определенные перспективы*. *BBC*, кроме того, способствует формированию в Великобритании с ее неоднородным населением общенациональной культуры. Будучи детищем парламента, *BBC* находится под сильным воздействием его обычаев и его образа поведения. Поэтому, касаясь политических проблем, *BBC* в целом выражает точку зрения парламентских партий (пытаясь соблюсти «баланс» между лейбористами и консерваторами), но в постановках и в документальном кино иногда отваживается выходить за эти рамки, во всяком случае, *BBC* способствовала тому, что люди стали относиться к политике серьезно и взвешенно. Общественное вещание в Великобритании в связи с проблемами, касающимися общества, всегда подчеркивало свою роль *информатора*. Большую часть времени в своих программах *BBC* всегда отводила освещению именно этих вопросов, отказываясь от поверхностных и рассчитанных на более широкую аудиторию передач. Около 25% телевизионных программ *BBC* — это новости и комментарии по поводу текущих событий, это более чем в два раза превышает долю аналогичных передач у конкурента *BBC* — коммерческого телевидения, еще больше разница между программами *BBC* и американских сетей, вещающих в эфире (Annan, 1977). Различия точек зрения между партиями и внутри партий оставляют новостным службам *BBC* значительное поле для маневра, превращая их из партийного рупора в гораздо более интересный источник информации, позволяя давать слушателям или зрителям больше аналитических материалов и знакомить их с содержанием политических дискуссий (Smith, 1979, с. 1–40).

Важным фактором, который оказал решающее влияние на формирование и закрепление этоса служения обществу, была политика первого генерального директора *BBC* лорда Риса, который стоял у руля корпорации первые тридцать лет ее существования и приобрел особенный авторитет во время Второй мировой войны (Briggs, 1985). Дополнительным фактором стало то, что в 1926 г., во время всеобщей забастовки (Tracey, 1978, с. 142–156), несмотря на попытки правительства оказать давление на *BBC*, радио сохранило нейтралитет. *BBC* связана с государством, но не управляется им в отличие от распространенной в мире ситуации, когда государственное радио выступает в качестве рупора госу-

* В этой связи Скэннелл пишет: «Я предпочитаю говорить скорее о “разумности”, чем “рациональности” образа мышления, который в общественной и частной жизни прививает людям вещание. Используя слово “разумность”, я имею в виду, что, взаимодействуя, люди готовы давать друг другу объяснения по поводу того, что они сказали или сделали» (Scannell, 1989, с. 160).

дарственной политики. Обязательство оставаться политическим нейтральным, несомненно, очень важно для того, чтобы вещание было беспристрастным и настолько объективным, насколько это возможно.

Кришан Кумар, характеризуя автономное положение *BBC*, пишет, что корпорация в политических и экономических вопросах всегда «придерживается средней линии», и эта позиция привела «к совершенно необычному положению, которое *BBC* занимает в культурной жизни Великобритании» (Kumar, 1977, с. 234). Это положение в свою очередь привлекало в *BBC* и убеждало связать с ней свою судьбу многих талантливых людей, настроенных служить обществу и с пренебрежением относящихся к «движущимся обоям», которые преобладают в насквозь коммерциализованном телевидении (особенно в Соединенных Штатах). «Государство и коммерция — два полюса, вокруг которых вращается большинство вещательных систем в мире», но «*BBC* оказалась в каком-то очень важном отношении способна не отождествлять себя ни с тем, ни с другим» (Kumar, 1977, с. 234) и «сохранить другой *raison d'être*, приобрести как институт другую окраску и научиться вести себя по-иному» (Burns, 1977).

Кроме того, благодаря конкурентной борьбе этот *BBC* оказал заметное влияние на коммерческое вещание в Великобритании. С начала до середины 1950-х годов, когда в результате интенсивного лоббирования в стране возникло независимое телевидение *Independent Television (ITV)*, многие стороны его деятельности испытали на себе влияние *BBC* как общественной службы. По наблюдениям Джеймса Каррена и Джин Ситон, *ITV* «построено по образцу *BBC*, следуя унаследованным традициям общественной службы» (Curran and Seaton, 1988, с. 179). Это нашло отражение и в Хартии *ITV*, которая требует объективности в освещении событий, в структуре новостей (последние готовятся службой, формально не связанной с коммерческой деятельностью), в специальных требованиях контракта, которые требуют показывать по крайней мере по два обзора последних событий в неделю, причем в прайм-тайм, а кроме того, финансировать *Channel 4*, на котором не показывают рекламу для того, чтобы он мог выполнять свою задачу — отбирать часть аудитории у запущенных ранее каналов. Американский историк Бэртон Паулу справедливо отмечает, что «администрация *ITV* взяла на себя “обязательство... осуществлять телевизионное и радиовещание в качестве общественной службы в том, что касается распространения информации, просветительских передач и развлечений”» (Paulu, 1981, с. 66).

Но если общественное вещание в какой-то степени не зависит от коммерческих императивов (то есть оно не вынуждено по экономическим причинам создавать только продукты, дешевые и рассчитанные на потребу широкой публики), то это не значит, что на него вообще не оказывается давления извне, и оно может выступать в роли бесстрастного, свободного в своих действиях поставщика информации. Это невозможно, поскольку вещание — часть общества, в котором позиции делового мира очень сильны, и в то же время *BBC* (и в значительной мере *ITV*) создана государством, а следовательно, подвержена его влияниям во всем, что касается государственных интересов. Кроме того, сотрудники *BBC* относятся в основном к одной и той же социальной страте (выпускники художественных факультетов наиболее престижных британских вузов), их моральные ценности и взгляды едва ли можно считать представительными для чрезвычайно разнообразного населения Британских островов. Поэтому развитие вещания, конечно, не может не зависеть от перечисленных факторов и групп влияния, которые пытаются навязать ему свои приоритеты.

Однако нельзя утверждать, что вещание в Великобритании — это рупор власть имущих, хотя масса критиков и слева, и справа утверждает именно это, только для левых это «правлящий класс», а для правых — квазиаристократический истеблишмент. *BBC* за долгие годы сумела добиться определенной автономии как от бизнеса, так и от политики, хотя условия, на которых такая независимость сохранялась, изменялись. В первые годы существования *BBC*, пока ее директором был лорд Рис, корпорация демонстрировала аристократическое пренебрежение мнением правительственных чиновников и делового мира, оставаясь при этом организацией, которая управлялась автократическими методами и сохраняла ориентацию на элиту. В это время общественное вещание было средством доведения до публики программ, которые его руководство рассматривало как удовлетворяющие определенным критериям, установленным философской школой, которую сейчас сочли бы старомодной, то есть, по существу, принципом Мэттью Арнольда: «лучшее из того, что познано и создано в мире»*. В 1960-е годы,

* Вспомним хотя бы «последнее слово» (sic!) Риса, посвященное «нашей славной компании»: «Исполняя возложенную на нас обязанность и осознавая всю связанную с ней ответственность, мы последовательно и шаг за шагом стремились к тому, чтобы улучшить интеллектуальное и моральное состояние нашего общества. Мы систематически передавали в эфир хорошую музыку; мы подготовили образовательные курсы для детей и взрослых; мы вели передачи о христианской религии и пытались строить наши передачи так, чтобы они отражали тот дух здоровой христианской этики, который, как мы считаем, является эле-

хотя организационная зависимость *BBC* от государства и сохранялась, обстоятельства позволяли общественному вещанию выступать с дерзкими инициативами, временами даже крайнего толка. В то время когда директором службы был сэр Хью Грин, страна переживала экономический бум, увеличивалось число телевизионных приемников (рост продажи которых и обеспечивал ежегодный рост доходов *BBC*), а политический климат характеризовался относительной толерантностью и мягкостью, тогда считалось, что служба способна готовить новаторские, смелые программы, которые могут пробудить в аудитории вкус к экспериментам и дерзким новшествам в социальной сфере.

Наблюдая, как со временем менялась концепция общественного вещания (Briggs, 1985), можно заметить, что на смену покровительственному, отеческому отношению к аудитории, господствовавшему во времена Риса, приходит профессионализм: общественное вещание рассматривается как место, где создаются умные, «крепко сколоченные», непредвзятые передачи, которые интересно смотреть и которые пробуждают мысль (Madge, 1989). Как мы убедимся далее, хотя профессиональное отношение к работе остается важным для *BBC* и сейчас, она больше не может служить для его журналистов надежным щитом, защищающим их от яростных нападков. Более того, обратившись к истории вещания, мы убедимся, что, по крайней мере, частично ее деятельность исходила из предпосылки о существовании однородной (хотя бы потенциально) аудитории. Плохо это или хорошо, но начиная с конца 1960-х годов расслоение аудитории становится заметным и сейчас без сильной натяжки уже невозможно говорить «о широких кругах общественности». В вещании это приводит к некоторой неуверенности и колебаниям (к кому, в самом деле, обращается общественное вещание, существует ли сам объект?). Оно становится более уязвимым для критики.

С начала 1980-х годов изменения приобретают драматический характер. Я перейду к их рассмотрению далее, а сейчас обращаю внимание на параллели между общественным вещанием, изменения в котором я рассматриваю, и предложенным Хабермасом понятием публичной сферы. Прежде всего, отметим взятое вещательными службами обязательство сохранять беспристрастность и независимость, как от правительства, так и от бизнеса, а также

ментом, необходимым для государства и культуры. Мы старались исключить при этом все, что прямо или косвенно могло бы причинить вред... Мы пытались заложить основы традиции общественного института и поставить вещание на службу человечеству в полном смысле этого слова» (Reith, 1949, с. 116).

отсутствие каких-либо ограничений в доступе к их услугам. В основе лежит принцип: чтобы публика могла составить здравое суждение о широком круге социальных, экономических и политических вопросов, она должна иметь доступ к адекватной информации.

С конца 1970-х годов мы в Великобритании (и вообще повсюду, где существуют разновидности этоса общественного вещания) переживаем то, что может быть названо кризисом общественного вещания. Многие считают, что единственный путь к преодолению этого кризиса состоит в том, чтобы сократить сферу его использования. До сих пор у этого кризиса были два аспекта: политический и экономический. С политической стороны против *BBC* выступали те, кто рассматривает себя в качестве части «нового класса» — элиты, самодовольной и пользующейся поддержкой государства, которая одновременно гордится своими «левыми» взглядами и «воспитывает» простых людей (то есть с видом превосходства пичкает аудиторию своей антирыночной идеологией), но при этом считает себя независимой ни от правительства, ни от частного капитала, ни даже от аудитории, которая и кормит *BBC*. С экономической стороны *BBC* обвиняют в расточительном отношении к общественным фондам, в том, что она, получая деньги, ничего не дает налогоплательщикам взамен и навязывает потребителю свою продукцию, тогда как тот должен быть свободен в выборе программ, которые он хочет смотреть (Barnett and Curry, 1994).

Обе группы объединили свои усилия, добившись сокращения бюджета *BBC*, последовала масса вмешательств в деятельность службы под предлогом ее «предвзятости», неспособности и введения коммерческого подхода. За всем этим скрывается, конечно, желание применить на общественном вещании рыночные принципы, что стало знаменем времени. Стремление ослабить общественную службу теперь чаще всего прикрывается призывом к созданию «конкуренции» и «свободы выбора для потребителя» (либерализации и дерегулированию), а также «приватизации» (прекращению государственной поддержки и акционированию предприятия).

Но хотя основное внимание при этом сосредоточено на *BBC*, не нужно забывать и о последствиях этих изменений для коммерческого телевидения в Великобритании. Как уже было сказано ранее, *Independent Television* в Великобритании испытало большое влияние общественного, особенно в том, что касается требований к отбору новостей, их качеству и размещению в программах. Традиционно они передаются в прайм-тайм, наибольшее внимание из них приковывают вечерние «Новости в 10», показ которых был одно время сдвинут на более поздний час, чтобы не прерывать

собирающих большую аудиторию кинопоказов, «мыльных опер» и телевизионных игр; но потом, когда *ITV* почувствовало сильную конкуренцию, оно вернуло эти новости на прежнее место в сетке вещания.

Еще одно направление атаки на общественное вещание — давление со стороны новых технологий, особенно кабельного и спутникового телевидения, последнее в виде *Sky Television* Руперта Мэрдока, предлагающего меню из «развлечений» (спорт, кино) и «семейных программ». Опасения состоят в том, что в случае если доля общественного вещания снизится до 30% или около того, то станет невозможно оправдывать сохранение косвенного налога, за счет которого и содержится служба, адресованная «широкой публике».

То, что мы видим сегодня, можно характеризовать как упадок общественного вещания под влиянием рынка. Альтернативные источники информации небеспристрастны, их задача не в том, чтобы информировать общество, а в том, чтобы продать ему развлечения. Переход к этим источникам был бы решительным шагом в сторону рынка. Это значит, что основное место в программах заняла бы реклама; вещание оказалось бы в зависимости от спонсоров или подписчиков. Какой бы мы ни сделали выбор, даже если бы использовали несколько видов финансирования вещания, упадок публичного вещания приведет к преобладанию идеологизированных или исключительно развлекательных продуктов, а ставка на рекламу доставит удовольствие в основном бухгалтерам корпораций, ориентация же на платность услуг, хотя и не сразу, но неизбежно приведет к исключению из числа зрителей тех, кто не может платить за подписку.

Если мы хотим понять, каком направлении развивается вещание, мы, конечно, должны обратить внимание на положение дел в Соединенных Штатах (Vagnouw, 1978), поскольку информационная политика многих стран мира в ряде отношений ориентирована именно на эту модель. В среде, где содержание передач определяется прежде всего их рейтингом, общественное телевидение оказывается в сложном положении. Майкл Трэйси считает даже, что 1980-е годы стали «вторым Дюнкерком* для общественного вещания» (Gracey, 1998, с. 192), которое понесло огромные потери от неолиберальной политики. Результаты налицо (Bourdieu, 1998): на телевидении теперь господствует «мыло», боевики, ток-шоу, обзоры журналов и викторины. При этом последним известиям и

* В оригинале — «битвой при Passchendaele» — бельгийском местечке, которое было полностью уничтожено во время Первой мировой войны (в 1917 г.), и где союзники понесли огромные потери от немецких газовых атак. — *Прим. перев.*

комментариям пришлось потесниться (да и само их содержание изменилось, появился налет сенсационности, больше стало прямых цитат из речей политиков). Пышным цветом расцвело кабельное телевидение, предлагающее зрителям инфоразвлечения, кино и, конечно же, спорт (преимущественно футбол). При сокращении бюджетных дотаций остается надежда лишь на поддержку частных фондов, на доходы от рекламы, от подписки. Такое перераспределение приоритетов приводит к использованию коммерческих критериев при программировании каналов, основное внимание уделяется величине и покупательной способности аудитории (исключение делается для престижных проектов, поддержанных спонсорами, которые таким образом хотели бы создать себе репутацию). Естественно, что все это влияет на содержание передач, среди которых становится все больше развлекательных шоу, которые вытесняют «серьезные» и «рассчитанные на узкую аудиторию» передачи, то есть новости и комментарии (хотя и их стараются насытить «развлекательными» элементами), а также постановки, поднимающие серьезные вопросы.

Для тех, кто выступает с критикой таких тенденций, все они — признаки деградации общественного вещания, а вместе с этим и ослабления его роли в общественной жизни. Скорее всего Великобритания в области вещания движется в сторону «культурной пустыни», образец которой являет собой телевидение Соединенных Штатов, хотя возможно, что какие-то качественные программы сохранятся благодаря использованию новых средств передачи телевизионного сигнала или даже развитию платного телевидения*. Однако такие передачи займут на рынке узкую нишу и будут играть очень скромную роль, а основное место в информационной среде займут эскапистские программы: боевики, спорт и фильмы, которые, каким бы оксюмороном это ни звучало, как раз и не будут ни о чем *информировать* (Schudson, 1991), или же высококачественные передачи увидят лишь те, кто сможет позволить себе оформить дорогую подписку. В любом случае ущерб будет нанесен самой концепции публичной сферы — принципу доступной информации, с которой может ознакомиться каждый, независимо от состояния своего кошелька.

* Денис Поттер, автор самых известных постановок в послевоенной Великобритании (Potter, 1994), выступил с наиболее острой и красноречивой критикой тенденций развития телевидения в прочитанной им Мактаггартговской лекции в 1993 г. (*MacTaggart Memorial Lecture*), а также в интервью, которое он взял на *Channel 4* у британского писателя Мелвина Брэгга за неделю до своей смерти от рака. (Джон Эллис МакТаггарт — английский философ-неогегельянец нач. XX в. — *Прим. перев.*)

Организации, находящиеся на бюджетном финансировании, обычно рассматриваются как проправительственные, поскольку тот, кто платит за музыку, преимущественно ее и заказывает. Принимаемое допущение обычно заставляет аналитиков скептически относиться к общественному вещанию. Идея, что вещание может оплачиваться государством и при этом оставаться независимым, у многих не вызывает доверия, особенно у тех, кто в сфере вещания во всем склонен видеть вмешательство политиков. Хотя то же подозрение возникает и в связи со СМИ, которые финансируются частным капиталом. Рассуждают при этом примерно так: сегодня именно правительство вызывает наибольшие подозрения у СМИ, поэтому нам нужны новые, независимые от него организации, которые могли бы взять на себя задачу следить за его деятельностью.

Джеймс Каррен, полемизируя с этой точкой зрения, показывает, что общественное вещание лучше справляется с ролью «сторожевого пса [демократии]», чем СМИ, принадлежащие частному капиталу. Хотя Каррен в какой-то степени соглашается, что британское вещание утратило часть своей автономии в результате многократных нападков правительства, эмпирические данные показывают, что «оно продолжает непрерывно критически оценивать его деятельность, проявляя при этом бóльшую дотошность, чем пресса, которая отражает в основном взгляды правых» (Cunhan, 1991, с. 89). Он приводит пример телевизионного документального фильма «Смерть на Скале» (*Death on the Rock*), который был показан в 1988 г. Фильм рассказывает о том, как британская армия в нарушение закона расправилась с тремя членами *IRA* в Гибралтаре. Правительство было в ярости от фильма, значительная часть прессы пыталась поставить показанное в фильме под сомнение, но *BBC* держалась твердо, дав пример того, что «пес, хотя и находящийся у правительства на поводке, лает, тогда как частные сторожевые псы спят» (с. 90).

Этот пример свидетельствует, что общественное вещание все еще живо в Великобритании и что те, кто готовит новости, комментарии и документальные фильмы, по-прежнему преданы своему делу. Это жив, мы можем утверждать, что вещание сохранило тот характер, который делает его частью публичной сферы. Тем не менее ясно, что некоторые важные требования к общественному вещанию были нарушены: правительство постоянно вмешивается в программную политику службы, появление новых форм доставки сигнала создало конкуренцию в сфере вещания и угрозу существованию традиционного механизма финансирования общественного вещания, но прежде всего изменилась экономическая ситуация, которая диктует теперь необходимость перехода от под-

держки вещания за счет общественных фондов к поддержке его за счет частных источников.

При сложившихся обстоятельствах ключевой вопрос состоит в том, ухудшилось ли качество информации, которая создается вещанием и будет ли оно ухудшаться в дальнейшем. Энтузиасты рыночных отношений утверждают, что ставку нужно делать на все более тщательно отобранную и специализированную информацию, предназначенную для множества небольших групп потребителей. Те, кто согласен с Хабермасом, не спорят, что количество информации, передаваемой телевидением и радио, сильно возросло (появилось кабельное и спутниковое телевидение, круглосуточные программы, увеличилось и число каналов, получило распространение видео и т.д.), но считают, что это не означает ни сейчас, ни в будущем повышения качества информации, а для слушателей и зрителей — настоящей возможности выбора. Это связано с тем, что рынок стимулирует производство поверхностной продукции, концентрирует всю власть в руках олигархов, сегментирует аудиторию в соответствии с размерами кошелька потребителей, причем высококачественная информация становится доступна только состоятельным членам общества. Так что с любой точки зрения для общественного вещания и основных составляющих публичной сферы дни существования сочтены.

Публичные библиотеки

Публичные библиотеки в Великобритании — это, возможно, лучшее приближение к тому, что называется публичной сферой. В стране свыше 5000 библиотек, и они есть почти в каждом населенном пункте*. Во-первых, информация, хранящаяся в них, доступна каждому, доступ к ней для отдельного читателя бесплатен — это уже особенности, которые позволяют отнести библиотеки к публичной сфере в том смысле, который придает этому термину Хабермас. Читателем может стать любой житель данной местности, можно бесплатно взять книги на дом, библиотека обеспечивает доступ к справочным материалам и открыта в такие часы, которые удобны посетителям.

* Я не касаюсь здесь научных библиотек, которых в Великобритании порядка 800, поскольку они обслуживают студентов и исследователей и цели у них иные, чем у публичных библиотек. Тем не менее нужно отметить, что обе эти системы взаимодействуют (любой человек может воспользоваться услугами научной библиотеки, если живет поблизости от нее), и если ставить цель дать исчерпывающее описание британской библиотечной системы как информационной инфраструктуры, то нужно было бы учесть и научные библиотеки.

Во-вторых, как гласит закон о публичных библиотеках и музеях от 1964 г., библиотеки финансируются за счет местных и государственных налогов, но они находятся вне политики, «предоставляя универсальное и эффективное библиотечное обслуживание всем, кто пожелает воспользоваться их услугами». Если местная библиотека не в состоянии удовлетворить требования читателя, можно прибегнуть к помощи национальной службы межбиблиотечного обмена, которая опирается на существующие в стране библиотеки-депозитарии и Британскую библиотеку в местечке Бостон-Спа (Йоркшир), которая обслуживает более 3 млн запросов в год*.

В-третьих, в сети библиотек работают профессионалы, которые обслуживают читателей и оказывают им помощь как работники общественной службы, т.е. не отдавая предпочтения никому и не руководствуясь в своей деятельности какими-либо скрытыми мотивами. Это следует из кодекса поведения членов Британской библиотечной ассоциации, принятого в 1983 г. по случаю столетнего юбилея ассоциации. Среди положений этого кодекса, который, в частности, говорит об ответственности библиотекаря перед читателем, как об одном из основных принципов его работы, содержится и заявление, что «члены ассоциации обязаны способствовать движению потока информации и идей для того, чтобы защитить и упрочить права каждого на свободный и равный доступ к источникам информации без всякой дискриминации» (Library Association, 1983, 2e).

Публичные библиотеки популярны, и у них много читателей. Существенно больше половины населения Великобритании пользуются местной библиотекой, треть регулярно берут книги на дом, примерно по 9 книг в год, т.е. общее число посещений библиотек — 400 млн в год (это более чем в 10 раз превышает число зрителей футбольных матчей профессиональной лиги). Обычный человек, будь он ребенком или пенсионером, может зайти в библиотеку и быть уверенным в том, что ему помогут, идет ли речь о поиске материалов для школьного реферата, о составлении заявления или просто о том, чтобы взять почитать роман. Без всякого преувеличения можно сказать, что если речь идет о подавляющем большинстве граждан, т.е. публичных библиотек — самая большая ценность, которая есть у информационной службы Соединенного Королевства.

* Библиотеками-депозитариями являются библиотеки Оксфордского и Кембриджского университетов, Национальная библиотека Шотландии и Уэльса, а также библиотека Тринити-колледж в Дублине.

Когда в середине XX в. появились публичные библиотеки, было несколько факторов, которые содействовали их развитию. На первое место нужно поставить усилия филантропов из высшего класса, затем идут желание опекать неимущих, страх перед темной массой, стремление повысить уровень грамотности населения, обеспечить возможность неимущим получить образование (Allred, 1972). Классифицировать эти мотивы и побуждения можно по-разному, но в любом случае за ними стоит идея ценности информации, хотя обычно и неосознаваемая. Другими словами, публичные библиотеки были созданы и развивались на основе представления об информации как о ресурсе, который принадлежит всем, а не как о товаре, у которого должен быть собственник. Отсюда вытекает, что информация и уж, конечно, знание не принадлежат кому-либо одному, они должны быть доступны всем, кто хочет получить к ним доступ — вот, собственно, та концепция, которая, по видимому, положена в основу создания и деятельности публичных библиотек в нашей стране. Фундаментальный принцип деятельности сети публичных библиотек сводится к тому, что если людям нужна информация, то библиотеки — в порядке, предусмотренном законом, — должны помочь ее предоставить, а не облагать людей, которые пытаются ее найти, поборами (Usherwood, 1989). Однако система публичных библиотек постоянно подвергается нападкам как с философских, так и чисто практических позиций. В частности, серьезные возражения вызывает сам принцип бесплатности информации для читателей библиотеки, и библиотеки пытались заставить ввести плату за обслуживание.

То, что можно было бы назвать нападками на сам *raison d'être* библиотек, шли с трех направлений. Во-первых, постоянно возникает вопрос о снижении расходов из общественных фондов. Поэтому идет уменьшение закупки книг, сокращение персонала, для нужд библиотек приобретает все меньше текущей периодики и часто вообще не выписываются газеты, во многих местах сокращаются часы работы библиотек, меньше тратится средств на содержание и уборку помещений (West, 1992). Чтобы сократить дефицит, библиотеки пытаются внедрить платные услуги, хотя и второстепенные, поскольку и профессиональная этика библиотекарей, и законодательство страны направлены против коммерциализации. На платную основу переводится заказ специальной литературы, межбиблиотечный обмен и некоторые справочно-библиографические услуги, а система штрафов за несвоевременный возврат книг превращается из средства борьбы с неаккуратными читателями в способ формирования дополнительных фондов. По-

этому нет ничего удивительного, что за период с 1986 по 1996 г. количество выдач книг в библиотеках сократилось на 20%.

Во-вторых, на библиотеки направлена атака правого политического крыла (воодушевленного идеями «рынка» и всего подобного). Они считают, что библиотекари подотчетны только самим себе, а поскольку они сами покупают книги для библиотек, они навязывают свои вкусы читателям, а, кроме того, они еще тратят большую часть бюджета библиотек на собственное жалование. Еще и Институт Адама Смита высказал мнение, что в наши дни люди располагают достаточными средствами, чтобы удовлетворять свои информационные потребности за собственные деньги, поскольку «революция бумажных обложек» сделала литературу доступной каждому, а бум сетей проката видеофильмов свидетельствует, что потребитель готов платить. Таким образом, над библиотеками, и так уже страдающими от постоянных и чувствительных сокращений бюджетов, нависла еще одна угроза со стороны тех, кто хотел бы заменить общественные службы платными, кто восхищен коммерческими успехами сети видеопроката *Blockbuster* и готов внедрять рыночную идеологию под лозунгом требований «реальной жизни» и предоставления обычным людям права выбора вида обслуживания.

В-третьих, сегодня все громче раздаются голоса тех, кто обвиняет публичные библиотеки в том, что они отстали от времени, цепляются за книги, тогда как нужно переходить к электронным носителям информации. Это уже голос посттэтчеровского поколения, тех групп, для которых уже не столько важен рынок и экономика, им просто претят старомодность, негибкость и замшелость библиотечной системы. Их претензии исходят из убеждения, что будущее публичных библиотек — в новых информационных технологиях, мультимедийности и, конечно, прежде всего, в Интернете. А достичь этого светлого будущего можно, только изменив заскорузлое мышление библиотекарей, взгляды, надежды и организационные принципы библиотечной службы (Greenhalgh and Worpole, 1995). Нужно только, чтобы библиотеки побольше вкладывали в информационные технологии, перекрасили стены в цвета поярче, поставили компьютеры, списали ветхие и потрепанные книги и отправили на пенсию всю свою старую гвардию. Библиотеками слишком долго управляли старомодные библиотекари с их почтительным отношением к книгам и к соблюдению «тишины в читальном зале». Им пора уйти, а библиотекам — модернизироваться (Pantry, 1997). Теми же идеями проникнут и концептуальный документ посттэтчеризма «Новая библиотека: информационная сеть для народа» (Library and Information Commission, 1997)

Требование перевода публичных библиотек на рыночные принципы хозяйствования сопровождалось острой критикой их деятельности, которая исходила из правой части политического спектра, но при этом использовала аргументы, которые некогда громко звучали слева. Пожалуй, самый важный из этих аргументов состоит в том, что бесплатная библиотечная служба позволяет непропорционально больше сэкономить тем, кто вполне мог бы обеспечить себя книгами сам. В частности, при том что услугами библиотек пользуется большинство населения, примерно половина читателей относится к тем 20%, которые составляют в стране средний класс. Обследования показали, что в основном именно средний класс — наиболее активные читатели, а библиотеки, находящиеся в районах, населенных зажиточными людьми, получают больше средств (что естественно, так как бюджет библиотеки обычно формируется на основе достигнутых ею показателей).

Более того, библиотеки обвиняют в том, что они не только удовлетворяют потребности состоятельных граждан, но и вообще состоят на службе у элиты, так как используются для утверждения образа жизни, который описывают примерно как образ жизни среднего класса в ущерб культуре рабочего класса или региональным культурам (Dawes, 1978). Несправедливое предпочтение именно этому варианту культуры проявляется не только в отборе литературы, которая по умолчанию почти вся отражает вкусы «среднего класса», но также — в отдельных случаях — в цензуре, которую осуществляют библиотекари. В этой связи библиотекам припоминают, как они снимали с полок рассказы Энида Блайтона из серии, посвященной Нодди, считая их расистскими и нарушающими принцип равноправия полов. Библиотекарей, кроме того, упрекали в том, что, скрываясь за дымовой завесой риторики и рассуждений о служении обществу, они в три раза больше расходуют средств на свои зарплаты по сравнению со средствами на комплектацию фондов библиотек книгами (Adam Smith Institute, 1986, с. 2). Разве не было бы лучше, говорят, если бы представители этой зазнавшейся и жадной профессии, отвечали перед своими потребителями, которые, оплачивая полученную информацию, точно определяли бы ее стоимость и строго спрашивали с тех, кто их обслуживает?

К публичным библиотекам есть и другие претензии. Одна из них состоит в том, что большинство их читателей предпочитают биографии и легкую литературу (почти 60% всех книговыдач приходится на долю подобной литературы, причем на беллетристику приходится вдвое больше, чем на остальную литературу), а поскольку читатели, спрашивающие такую литературу, достаточно состоятельны, нет оснований оплачивать их развлечения из нало-

говых поступлений, особенно после того как «революция мягких обложек» привела к тому, что наиболее запрашиваемая литература стала и самой дешевой.

Попросту говоря, библиотечная система, вероятно, действительно в основном развлекает читателей, и если поинтересоваться их требованиями, то в среднем едва ли выйдет даже Агата Кристи. Большая часть библиотечной сети снабжает читателей дешевыми приключенческими историями и женскими романами, поэтому с аргументом Института Адама Смита приходится согласиться: «библиотекари могут рассматривать свою работу как часть деятельности ключевой информационной индустрии, однако основная масса читателей использует их услуги, чтобы за счет общества удовлетворить свои потребности в романтическом чтиве» (Adam Smith Institute, 1986, с. 21). Чем же тогда библиотеки отличаются от кинематографа или от профессионального футбола? Все это развлечения, приятное времяпрепровождение, разница только в том, что библиотека бесплатна, а за зрелища нужно платить.

Еще один повод для критики вызывает противоречие между функционированием библиотек как бесплатной общественной службы и обслуживанием ими организаций, которые используют эти услуги для получения прибыли. Предположим, например, что компания хочет изучить юридические или финансовые аспекты проекта или литературу по химии, прежде чем внедрять какое-нибудь техническое новшество. Для компании это будет иметь определенные экономические последствия, но она не понесет никаких расходов в связи с использованием библиотечных ресурсов (а расходы могли бы быть значительными, так как выполнение работы потребовало бы участия профессионалов и использования немалых средств для того, чтобы найти нужную информацию). В этом случае критики достаточно убедительны: во всем этом есть какая-то непоследовательность, и в таких случаях за информацию следовало бы платить.

И, наконец, есть еще проблема доступа к справочной информации. Эта проблема, может быть, наиболее тесно связана с понятиями общественной службы и идеей публичной сферы. Библиотеку часто представляют как гигантский резервуар «знаний», доступ к которым заинтересованному гражданину, усердному ученику, самоучке или просто любопытствующему обывателю должен облегчить эксперт-библиотекарь (его все чаще называют информационным работником). Но реальная картина имеет мало общего с этим идеалом: справочные службы не для типичного читателя (и здесь большинство составляют состоятельные люди), доля справочной литературы — всего 12–15% библиотечных фондов, и на

нее приходится только 5% ежегодных закупок литературы. Поскольку большинство читателей вполне были бы в состоянии заплатить и справочная литература — лишь небольшая часть библиотечных фондов, для сторонников рынка кажется естественным ввести поденную плату за пользование этими фондами со скидками для тех, кто пользуется ею часто.

Критики деятельности публичных библиотек с энтузиазмом относятся к коммерциализации информации. В середине 1980-х годов *ИТАР* (Консультативный совет по информационным технологиям) опубликовал доклад под красноречивым заглавием «Информация как бизнес», в котором была сформулирована данная точка зрения. *ИТАР* выделил «расширяющий сектор “информации, имеющей рыночную стоимость”», который включает финансовую и деловую информацию, издательское дело и полиграфию, онлайн-доступ к технической информации, услуги консультантов и пр.» (с. 7). В докладе предлагалось «как частному, так и государственному сектору экономики обратить большее внимание на информацию как товар» (Information Technology Advisory Panel, 1983, с. 8), а также разрешить предпринимателям работать в тех сферах, в которых ранее коммерческая деятельность была запрещена (имеются в виду те сферы, в которых действовали общественные службы), а организациям, которые уже работают в этих сферах, в большей степени использовать коммерческий подход. Публичные библиотеки стали одними из этих организаций.

С тех пор ясно, что дополнительный спрос на информацию, сокращение доступных ресурсов, технологические инновации, а также беспрецедентная критика самих основ организации библиотечного дела сделали свое дело: возникла новая концепция информации и доступа к ней. Если раньше информация рассматривалась как общественный ресурс, который должен был распределяться бесплатно, то теперь — как товар, который может быть продан и куплен для частного потребления, и объем доступа к этому ресурсу зависит от платы. Постепенно было найдено решение сакраментальной проблемы «бесплатно или за деньги?», и решение было в пользу тех, кто считал, что нужно платить. Сначала отношение к библиотечным услугам как услугам платным касалось только услуг в классе «премиум» и применялось только к корпоративным клиентам, которым нужна была информация для деловых целей. Библиотеки, которые начали внедрять этот подход, использовали двухзвенную модель, которая плохо сочеталась с традиционным подходом к библиотечному обслуживанию как к общественной службе, доступной всем, независимо от их достатка.

Неверно было бы утверждать, что в экспериментах с введением платы в публичных библиотеках мы очень спешили. Новый подход был уже сформулирован, и новая идеология уже сложилась (Bailey, 1989), но правительство по-прежнему не вводило плату за базовые услуги публичных библиотек: за выдачу книг, журналов и использование справочных материалов (Office of Arts and Libraries, 1988). Тем не менее «взимание платы стало все более и более принятой практикой» (Lewis and Martyn, 1986): библиотеки требовали денег за использование межбиблиотечного абонеента, нетрадиционных источников информации, резервирование литературы, обслуживание читателей, которые не проживали на закрепленной за библиотекой территории, копирование и, конечно, использование компьютеров. Боб Ашервуд (Usherwood, 1989) считает, что введение платы за обслуживание неизбежно приведет к возникновению преимуществ у корпоративных клиентов по отношению к рядовым гражданам, поскольку работа с первыми приносит гораздо большую прибыль. Это проявится, прежде всего, в отношении к информации, создаваемой частным образом и слишком дорогой для рядового читателя (например, обзоры, подготовленные консультантами, материалы, связанные с оценкой влияния на окружающую среду, а также значительная часть справочной информации, если она носит узкоспециальный характер). Результатом этого может стать сокращение доступа широкой публики к тому, что можно было бы назвать «жесткой» информацией, а это приведет, с одной стороны, к расширению круга «малоинформированных людей, не склонных задавать вопросы» (Usherwood, 1989, с. 18-19), а с другой — к обслуживанию по высшему разряду корпоративных клиентов, которые будут располагать первосортной, эксклюзивной информацией.

Критически настроенные по отношению к таким рассуждениям люди могут, конечно, согласиться, что публичные библиотеки коммерциализуются, и это будет иметь существенные последствия для информации и для ее доступности. Однако тем, кто считает подобное развитие событий чисто негативным, можно возразить, что реальное падение стоимости информации приведет к тому, частные лица могут даже выиграть, непосредственно оплачивая свои расходы на ее получение. Действительно, самый распространенный в Великобритании способ заполучить книгу — купить ее, а не взять в библиотеке. Книжных магазинов в Великобритании почти столько же, сколько библиотек, и каждый год издается больше названий книг, чем когда-либо раньше, а появление дешевых изданий в бумажных обложках превратило книги в товар, доступный для большинства населения. Появление такой сети книжных

магазинов как *Waterstone*, которая за 1990-е годы расширилась, говорит о том, что книги превратились в товар повышенного спроса. Если принять во внимание все это, то публичные библиотеки действительно кажутся отжившим институтом, который сыграл свою роль в обеспечении доступа общества к информации, но сегодня стал уже лишним благодаря развитию альтернативных способов получения информации.

Однако такой подход не бесспорен. Одно из возможных возражений состоит в том, что книги приобретает относительно узкий слой общества: 25% населения, которое относится к группам с наибольшим доходом и высоким образовательным уровнем, — 80% всех покупок. Другое возражение состоит в том, что покупка книг и посещение библиотеки не исключают друг друга. Как раз наоборот: среди часто посещающих библиотеки, много тех, кто охотно приобретает книги. Третье возражение относится к тому, какие именно книги люди покупают, и что они берут в публичных библиотеках. Большая часть покупок — беллетристика (30% всех продаж), т.е. незамысловатые «повести», кровавые истории, фэнтези и триллеры, а остальное — кроссворды и головоломки, спорт и пособия типа «сделай сам» (кулинарные книги и советы, как что-нибудь отремонтировать своими руками). Конечно, и публичные библиотеки критикуют за то, что большая часть книговыдач приходится на бесплатное «криминальное чтение», но они предлагают и многое другое, особенно справочную литературу. Количественно это охарактеризовать сложно, поскольку такая литература не выдается на дом, но известно, что стандартные справочные пособия — от энциклопедий, атласов, статистических публикаций до деловых справочников, — как правило, слишком дороги для отдельного покупателя и слишком часто переиздаются, чтобы их приобретали в массовом порядке. Если публичные библиотеки исчезнут, трудно представить, как люди смогут получить доступ к таким изданиям, как *Who's Who* и массе справочников, которые ежегодно издаются, охватывая образовательные учреждения, благотворительные и политические организации (Ignatieff, 1991). Исчезновение публичных библиотек приведет к существенному обеднению информационной среды граждан.

Публичные библиотеки в Великобритании находятся в стадии упадка: люди берут в них все меньше книг и все больше книг покупают. Издание *Cultural Trends* считает это «неизбежным следствием возникших проблем доступа к библиотекам, очередей и ограниченного периода, на который выдаются книги, наряду со стабилизацией или даже сокращением книжных фондов и часов

работы библиотек. Если речь идет о выборе, то книг, которые люди хотели бы взять, становится на библиотечных полках все меньше» (Cultural Trends, 1992a, с. 26). Все это свидетельствует об уменьшении роли публичных библиотек как одного из основных звеньев публичной сферы. Основные принципы их работы — свободный доступ к информации и универсальное обслуживание — поставлены под сомнение, новый подход к информации как товару заставляет пересмотреть эти принципы. По мере того как рыночный подход приобретает все больше сторонников в библиотеках, упадок этоса служения обществу будет только усиливаться, а читателей все чаще будут рассматривать как потребителей, которые должны оплатить предоставленные услуги, и библиотеки прекратят свое существование как элемент публичной сферы, удовлетворявший все информационные потребности на бесплатной основе.

Музеи и художественные галереи

Роберт Хьюисон так завершает свой критический обзор изменений в мире музеев и художественных галерей:

В XIX веке музей рассматривался как источник просвещения и средство нравственного воспитания и поэтому был бесплатным. Теперь музеи — коммерческие предприятия, которые должны содержать себя, а следовательно, получать плату с посетителей. Искусство более не источник вдохновения, идей или ценностей, а часть «индустрии развлечений». Мы перестали любить искусство, мы стали приобретать продукт.

(Hewison, 1987, с. 129)

Рассказ Хьюисона о том, как на смену традиционным принципам организации музеев и художественных галерей пришла «индустрия общения с прошлым», во многом повторяет то, что я уже написал об упадке таких элементов публичной сферы, как вещание и доступ к библиотекам. Но можно ли применять понятие публичной сферы для анализа изменений в музейном деле и галеристике? Хотя я не считаю, что кто-нибудь в состоянии доказать, что и эти институты относятся к публичной сфере в полном смысле слова (для многих они по-прежнему остаются чем-то эксклюзивным, элитарным и даже пугающим), я думаю, со мной согласятся, что в каких-то важных отношениях они отвечают идеалу такой сферы. Происшедшие в последние годы изменения, которые бросили вызов институтам публичной сферы, имели неизбежные и

важные последствия и для доступа к той информации, которая хранится в национальных музеях и художественных галереях.

Как можно соотнести музеи и художественные галереи — по крайней мере, пользующиеся высокой репутацией, — с понятием публичной сферы? Нужно рассмотреть ряд их ключевых характеристик.

Во-первых, важнейшим для британских музеев и галерей долгое время был принцип *бесплатного входа* во «дворцы просвещения» (так при его основании называли Музей Виктории и Альберта). Этот принцип основывался на представлении о музее как институте, выполняющем преимущественно культурно-просветительские функции, и, следовательно, доступным для всех, независимо от дохода.

Ну, конечно, есть масса критиков, которые заявят, что все это нельзя считать ни «культурой», ни «просвещением» (имперское прошлое Великобритании, прославление империи, приукрашенная военная история, портреты высокопоставленных особ), но не нужно забывать, что в галереях и музеях мы сталкиваемся с глубоко укоренившейся традицией века Просвещения. Не так легко отбросить эту традицию. Ее суть в важности сбора и презентации знания, с тем чтобы люди лучше понимали самих себя и мир, в котором они живут, без чего этот мир трудно изменить. Директор Британского музея Дэвид Уилсон заметил, что в принятом в 1753 г. законе о музее предполагалось, что его собрания будут отражать «все разнообразие человеческого знания» (Wilson, 1989, с. 13). Сегодня модно говорить о тщетности таких планов, но нельзя забывать, что, если они согласуются с принципом свободного доступа ко всему, что собрано, они заслуживают названия светлых идей. Развивая свою мысль, Уилсон говорит: «Наши собрания полностью открыты всем: как профессиональным ученым, так и любителям и... только уж очень несерьезным посетителям будет вежливо указано на дверь» (с. 69).

Еще один принцип — финансирование музеев и галерей. Если раньше основу составляли пожертвования состоятельных людей, то сегодня это государственный бюджет. Благодаря этому музеи находятся вне столкновения политических и экономических интересов.

И, наконец, в музеях и художественных галереях доминирует этос служения обществу. Их кураторы и весь штат видят свой профессиональный долг в том, чтобы собрать и сохранить коллекции в интересах широкой публики. Понятно, конечно, что «широкая публика» в обычной жизни музея — только абстракция, иногда даже просто предлог для того, чтобы с увлечением заниматься соби-

ранием всего, что представляется ценным для понимания «условий человеческого существования» и для прошлого страны. Но как бы мы ни интерпретировали мотивы кураторов, собирая музейные коллекции, они не стремятся к получению выгоды, ими руководит тяга к знаниям и желание сохранить собранное для публики.

Хотя в принципе музей может стать ареной дискуссий, на практике музеи мало что делают для того, чтобы инициировать нечто подобное (Walsh, 1992). Часто музеи отражают в своих экспозициях классовые предрассудки своих основателей и покровителей, предлагая, например, своим посетителям насладиться картинами британского прошлого, которое предстает в идеализированном и даже искаженном виде. Раздражать может не только «знатное происхождение» музеев, но и присущее им снисходительное отношение к современному посетителю, витающий там дух Мэттью Арнольда. Многие галереи, например, представляют предметы искусства и быта, которые относятся исключительно к «высшим сферам культуры», такие выставки и господствующая на них атмосфера просто отпугивают людей, которые не ощущают себя ее «знатоками». Поэтому посетители музеев — это никоим образом не полный срез общества, 60% посетителей Британского музея — обладатели университетских или эквивалентных им дипломов, а три из четырех посетителей музеев и галерей относятся к трем наиболее обеспеченным группам населения Великобритании (по классификации британских социологов: А, В и С1).

Соглашаясь со сказанным, мы тем не менее не можем считать, что все выставленное в музеях и галереях — это лишь классовые предрассудки. Культурное наследие включает и это, но все-таки к этому не сводится. Существуют очень важные, вероятно, даже отражающие саму суть дела способы связать прошлое и настоящее страны. Когда такой способ найден, мы, даже просто подивившись на картины своего прошлого, можем увидеть себя такими, какими были и какими могли бы быть. Кроме того, ведь не только привилегированные классы стремятся к идеалу Арнольда — общаться с «лучшим из того, что познано и создано в мире». Разногласия вызывает то, что мы называем «лучшим», но как бы мы ни представляли себе идеал, включение в экспозицию произведений искусства, которые пользуются всеобщим признанием, отражает наше стремление к нему. Кроме того, известные музеи, даже если их коллекции несут на себе отпечаток вкусов их основателей и дарителей, а эти вкусы, в свою очередь, отражают образ жизни определенного замкнутого круга, содержат и вещи (иногда огромное их количество), которые способны дать нам новые впечатления, поразить, восхитить. Известные музеи и галереи представля-

ют собой настоящие образовательные учреждения, сторонящиеся «идеологической пропаганды». О силе впечатления, возникавшего после их посещения, часто свидетельствуют воспоминания детства. Хорошо известно, например, какое впечатление произвели музеи Кенсингтона и его окрестностей на бедного молодого человека, который потом стал знаменитым писателем Гербертом Уэллсом. Легко поверить, что множество других людей, похожих на него, посещая музеи, расширяют свое представление о жизни, копят знания, узнают новое. Ведь только в 1999 г. в Британском музее было 5,5 млн посетителей.

Мы обнаружили в этой области особенности, которые Хабермас приписывает публичной сфере, но должны сказать, что в последние годы многие из особенностей музеев и галерей находятся под угрозой исчезновения. И каким бы странным это ни показалось, угроза исходит от альянса радикалов и «рыночников», которые дружно называют музеи обветшавшими аристократическими заведениями, потерявшими связь с действительностью. Черты грядущих изменений можно увидеть уже в изменении терминологии: посетителей теперь называют потребителями, строят бизнес-планы, а рутинная статистика деятельности музеев превратилась в производственные показатели и вышла на первый план. Добавьте к этому еще враждебное отношение правительства к идее субсидирования, связанное с экономической ситуацией, и для вас станет очевидно, что музеи и галереи попали под пресс сокращающихся расходов на их содержание.

Реакция музеев свелась к двум мерам: они ввели плату за посещение и стали искать спонсоров. Первая мера сразу же отразилась на посещаемости (а косвенно — на организации выставок), вторая — неизбежно ограничила самостоятельность музея и кураторов галерей. Входная плата была введена в середине 1980-х годов в нескольких национальных музеях и галереях: в Музее Виктории и Альберта, Музее науки, Имперском военном музее и Музее естественной истории. Сразу же было отмечено сокращение посещаемости, которая упала по сравнению с началом 1980-х годов на 50%, когда вход в эти музеи был свободным. Единственный крупный музей, который остался верен принципу свободного доступа, Британский, наоборот, столкнулся с растущим наплывом посетителей, который продолжался до 1996 г. (тогда число посетителей достигло 6,7 млн), и по сегодняшний день остается самым посещаемым музеем Соединенного Королевства. Едва ли нужно проводить какие-нибудь сложные социологические исследования, чтобы установить, что сокращение произошло в основном за счет наименее обеспеченных и во всех отношениях ущемленных слоев

населения (то есть тех, кого нужно было в первую очередь завлечь в музеи, поскольку они живут в ущербной культурной среде).

Другим излюбленным источником средств, которые могли бы заменить сократившееся государственное финансирование, стало спонсорство. К сожалению, музеи и галереи в наши дни гораздо менее привлекательны для спонсоров, чем перформативные искусства (которые, в свою очередь, не идут ни в какое сравнение по привлекательности со спортом). Ведь гораздо более престижно поддержать Эдинбургский фестиваль оперы, чем выставку в оксфордском археологическом музее Эшмолин. Еще важнее то, что спонсоры руководствуются отнюдь не альтруистскими мотивами. Они принимают решение поддержать ту или иную выставку или организацию по *деловым* соображениям. Проще говоря, спонсорство — вид рекламной деятельности, «средство бизнеса, используя которое... спонсор рассчитывает что-нибудь получить в обмен за свою поддержку» (Turner, 1987, с. 11). Понятно, что корпоративные спонсоры могут руководствоваться при выборе объектов поддержки весьма разнообразными стратегиями, и иногда их устраивает внесение в содержание выставки или галереи только «легкого штриха». Тем не менее спонсор хотел бы быть замеченным, а уж легкими или, напротив, очень заметными штрихами он при этом пользуется, дело десятое: музеям самим часто приходится придумывать, как сделать выставку привлекательной для спонсоров (Shaw, 1990).

Риски, связанные с такой ситуацией, очевидны для непредвзятого наблюдателя, но учреждения, которым недостает наличных, часто их игнорируют. Как заметил один художественный критик, раздраженный ростом спонсорства в 1980-е годы, которое превратило «лондонские галереи... в витрины магазинов и в роскошные декорации для производителей оружия и торговцев в кредит» (Januszczak, 1986):

Спонсоры рассматривают художественную галерею как дешевый, удачно расположенный рекламный щит, да еще и как возможность подправить свою репутацию. Они поддерживают такое искусство, которое украшает их, а по мере того как их влияние будет расти, они все чаще будут выступать в роли цензоров.

(Januszczak, 1985).

Ранее я уже говорил о косвенных последствиях введения входной платы. Я имел в виду, что коммерциализация легко может привести музеи и галереи к положению, когда они будут соревно-

ваться за посетителей с такими откровенно рыночными предприятиями, как Музей мадам Тюссо. Им придется все время искать экзотические, захватывающие экспонаты, привлекающее внимание публики, и тем самым усиливать тенденцию к превращению собраний предметов искусства и исторических реликвий в место «развлечений». Существует, конечно, пограничная территория, по одну сторону которой находится популярное и доступное искусство, а по другую — его опошление. Но многие аналитики считают, что мы уже по ту сторону границы, и, доказывая это, они пишут о парадоксальном буме, который переживают коммерческие музеи, на фоне продолжающегося кризиса государственных музеев.

На самом деле никакого парадокса нет. Нужно только рассматривать успех этих «музеев» в общем контексте развития *индустрии развлечений*. Эти коммерческие учреждения предлагают легкую забаву, в духе ностальгии по старым фильмам Диснея: звуковые эффекты, роскошные виды, быструю смену впечатлений, видеоигры, мультипликацию, забытые запахи и символы и прежде всего живое участие посетителей, которым предлагают расслабиться и повеселиться. Роберт Хьюисон (Robert Hewison, 1987) видит во всех этих бурно размножающихся «домах ремесленника» и исторических парках вроде Ноттингхэмских «Историй о Робин Гуде» угрозу возникновения новой «индустрии прошлого», которая грозит вытеснить традиционные музеи и галереи (и еще много другого), предлагая посетителям уютный и мифологизированный образ «Англии, какой она когда-то была».

Правительственные информационные службы

Бытует мнение, что о социальной и экономической ситуации мы узнаем прежде всего из научных работ: ученые из исследовательских подразделений университетов проводят полевые исследования, а затем публикуют результаты их обработки. Это заблуждение: на самом деле подавляющая часть информации об обществе — о домохозяйствах, состоянии образования, занятости и досуге — мы получаем от правительственных информационных служб (даже школьные рефераты основываются на официальной статистике) (Vulmer, 1980). Точнее говоря, мы все это узнаем из вторичных источников информации — прессы и телевидения, но это не меняет факта, что в основе лежат правительственные источники.

Только правительство представляет собой институт, который способен систематически и постоянно собирать и обрабатывать информацию обо всем, что нас окружает: от количества разводов,

детской смертности и изменений в спросе на рабочую силу до динамики преступности в стране. Решение этой чудовищно сложной задачи требует колоссальных финансовых затрат, и не в последнюю очередь легитимности правительства. Вспомним, например, какую подробную и имеющую личный характер информацию собирает правительство каждые десять лет во время всеобщей переписи населения, и вопрос станет ясен.

* Согласившись с тем, что именно правительство — основной источник информации, благодаря которой мы что-то знаем об обществе, в котором живем — как оно изменяется, чем оно болеет, как в нем устроены семьи, чем располагают домохозяйства, — мы должны признать, что эта информация должна быть особенно надежной. От доверия к ней зависит эффективность правительства и еще в большей мере — способность граждан оценивать его работу и осмысленным образом участвовать в жизни общества. Только представьте, что будет, если мы утратим доверие к точности демографической статистики, которая сообщает нам о средней продолжительности жизни, уровне рождаемости и региональных различиях в этих показателях, если не станем полагаться на данные об образовательном уровне населения: грамотности, баллах, полученных на выпускных экзаменах средней школы, дифференцированных по школам и регионам, количестве учеников в классах и, наконец, об уровне безработицы.

Концепция правительственной информационной службы очень хорошо согласуется с понятием публичной сферы, поскольку без опоры на надежную информационную базу невозможно ничего обсуждать и еще менее — вести осмысленную дискуссию*. Трудно представить и осмысленную политику, в которой статистика бы не играла важной роли, если, конечно, не понимать под политикой одно лишь выкрикивание лозунгов. По этим и другим причинам в XIX–XX вв. сложилось представление, что принятию политических решений, какова бы ни была степень их сложности, обязательно должен предшествовать сбор точной и исчерпывающей информации. Как заметил бывший член правительства консерваторов сэр Иэн Гилмур, этос и практика требуют, чтобы «статистическая служба ставила честность выше политических пристрастий» (цит. по Lawson, 1989).

* Основная организация, занимающаяся сбором информации для правительства Соединенного Королевства, — Центральное статистическое управление (Office for National Statistics), возникшее в результате слияния в 1996 г. Центрального статистического управления и Управления по демографии и переписи населения (Office of Population, Censuses and Surveys).

Другая и очень существенная деталь — сохранение и упрочение у работников статистической службы, которая собирает и делает доступной статистическую информацию, этических ценностей государственного служащего, честности и личной незаинтересованности в результатах своей работы. Чтобы сохранить такое отношение к работе, работник статистических органов должен быть политически нейтральным и глубоко преданным профессиональной традиции точности, методичности, объективности и категорически отказываться уступать давлению и скрывать факты (Phillips, 1991). Очень важно, чтобы позиция «хранителей фактов» (Phillips, 1988) позволяла им противостоять не только политическому давлению и собственным политическим пристрастиям, но и искушению нажиться на информации, которой они располагают. Они также должны безусловно поддерживать принцип гласности и открытости по отношению к сведениям, за которые они отвечают и которые относятся к публичной информации. Сэр Клаус Мозер, который однажды возглавлял правительственную статистическую службу, сформулировал эти требования в речи, с которой он выступил в Королевском статистическом обществе. Классический принцип работы общественной службы в его интерпретации звучал так:

В распоряжении статистика, состоящего на государственной службе, находится обширная информация, и его долг состоит в том, что сделать ее доступной всему обществу... она должна быть понятной, снабжена необходимыми ссылками на первоисточники, распространение подобной информации, составленной правительством и для правительственных нужд, не должно ограничиваться соображениями секретности. И распространение — это не какая-нибудь дополнительная обязанность, решение этой задачи должно иметь один из высших приоритетов. Различные группы пользователей не только имеют «право» на информацию, собранную и изданную за общественный счет, эта информация — важная часть демократического общества и гласной формы управления, при которой вся доступная информация должна широко распространяться и, будем надеяться, использоваться.

(Moser, 1980, с. 4)

И, наконец, поскольку распространение правительственной информации всегда рассматривалось как важная задача, ее решение щедро субсидировалось из общественных фондов, а некоторые государственные службы и департаменты вообще распространяли такие сведения бесплатно, с тем чтобы с ними могли озна-

комиться самые широкие круги общественности. Особенно показательна в этом отношении деятельность Государственной канцелярии, в прошлом Королевской государственной канцелярии. До 1980 г. она финансировалась непосредственно парламентом, и в ее задачу входило распространение всей правительственной информации. Основанная в 1786 г. Государственная канцелярия известна, прежде всего, публикацией парламентских отчетов и законодательных актов. До недавнего времени, если Канцелярия считала, что «публикация какого-либо документа отвечает “общественным интересам”, то это было достаточным основанием для его публикации» (Butcher, 1983, с. 17). Что понималось под общественными интересами, вопрос, конечно, дискуссионный, но здесь важно отметить, что уж если решение о публикации было принято, то считалось, что нужно обеспечить возможность каждому желающему ознакомиться с документом без особых затрат.

Государственная статистическая служба, как представляется, не является частью публичной сферы. Скорее это ее фундамент, без которого сама сфера не может функционировать, и принципы, которыми руководствуется такая служба — достоверность, служение обществу, доступ граждан к правительственной информации, — подтверждают ее роль как основы существования такой сферы. Однако в последнее время появились две угрозы традиционной роли правительственной информационной службы и тем самым публичной сфере. Я имею в виду, во-первых, тенденцию к превращению любой информации в товар, а, во-вторых, растущую склонность правительства (да и вообще всех политиков) вмешиваться в работу статистических служб, нарушая целостность данных. Совокупно эти тенденции ведут к «политизации науки» (Phillips, 1989), которая всегда занимала положение над схваткой, а в итоге — к потере доверия к информации, которую некогда, нисколько не сомневаясь в ней, использовали политики всех направлений (и не только они).

Первые признаки изменения положения появились, по-видимому, в 1980 г. после доклада премьер-министру сэра Дерека Райнера (Rayner, 1981) о состоянии правительственной статистической службы. Райнер высказался за снижение расходов на государственную информацию (он предлагал сократить службу и ее штаты на 25%) и за изменение ее идеологии как общественной службы, предлагая ввести коммерческие цены на информацию для тех, кому она нужна. Характерны рекомендации Райнера: «нужно немедленно снизить уровень субсидирования статистических публикаций», информация, предназначенная для бизнеса, «должна оплачиваться по коммерческим расценкам», и «следует использовать более

гибкие средства, обеспечивающие доступ общественности к данным, собираемым правительством... Стоимость таких средств должна покрываться за счет платы, взимаемой с физических и юридических лиц» (Government Statistical Services: Privy Council, 1981, Annex 2). В соответствии с этими рекомендациями было принято решение превратить Государственную канцелярию из парламентской службы в «коммерческий фонд», с тем чтобы ускорить в ней процесс перехода к рынку (Levitas, 1996).

Следствием такого рыночного подхода стали урезание государственного финансирования и рост стоимости материалов, предназначенных для публики. Как лаконично выразился Бенджамин, «наша критика правительства сводится к тому... что оно предпочитает печатать как можно меньше, а брать за это как можно больше» (Benjamin, 1988, с. 2). Наиболее известной жертвой правительственной экономии стало издававшееся 26 лет *General Household Survey*, оно перестало выходить в 1997 г., хотя содержало много сведений о социальной сфере в Соединенном Королевстве, так как основывалось на обследовании 10 тыс. домохозяйств, а вопросы анкеты затрагивали многие стороны повседневной жизни: от применения контрацептивов до ухода за детьми. Что касается изданий, публикация которых продолжается, то цены на них росли темпами, которые далеко превышали темпы инфляции, а от правительственных учреждений, которые до этого распространяли свою информацию бесплатно, потребовали, чтобы они стали брать за нее деньги. Все это привело только к тому, что трудности получения информации для многих граждан возросли. Конечно, те, у кого есть компьютер, доступ в Интернет и необходимые технические навыки, могут получить соответствующую информацию в электронном виде, начать нужно с адреса www.statistics.gov.uk. Однако дело в том, что электронным доступом к информации сегодня могут воспользоваться лишь слои общества, имеющие определенный достаток.

Кроме превращения государственной информации в рыночный товар, есть еще одна вызывающая беспокойство тенденция: стремление правительства вмешиваться в работу статистических служб, нарушая целостность данных. В последние годы это вызывает серьезное беспокойство. Такое развитие событий можно рассматривать как покушение на публичную сферу одной из соперничающих сторон с целью подтасовать или даже исказить информацию в собственных целях. Статистика теперь не нейтральная информация, она стала средством правительственной политики. Трудно представить себе более чувствительный удар по публичной сфере.

В документальном телевизионном фильме *Cooking the Books* (Lawson, 1989) было высказано предположение, что правительство Тэтчер в 1980-е годы систематически вмешивалось в деятельность правительственных информационных служб и привело к их полному моральному разложению. В этой программе *Channel 4* было выделено три стадии манипуляции со статистикой, на протяжении каждой из них информация подвергалась искажению в политических целях. Журналист Мелани Филлипс, самая неутомимая охотница за этими проделками, а их набралась масса, пришла к выводу, что «манипуляции с чувствительной статистической информацией и ее искажения сегодня стали почти рутинным делом» (Phillips, 1990). Скептицизм широкой публики по поводу официальной статистики отражается уже в анекдотах, эта информация вызывает недоверие за границей, что грозит серьезными последствиями. А если смотреть глубже, то это недоверие разрушает основы публичной сферы (Levitas and Guy, 1996).

Управление с помощью информации

Предшествующее обсуждение подвело нас к более широкой теме — управлению с помощью информации (*information management*). Публичная сфера стала жертвой не только нападков на общественные службы, она пострадала от более общей причины — стремления навести на информацию глянец и «всучить» ее потребителю. Нам придется коснуться таких тем, как появление «специалистов по раскрутке», «консультантов по медиа», «управления имиджем» и т.п., и роли этих новаций в современной политической жизни. С ними связан бурный рост различных средств «убеждения» людей, эти методы широко используются в политике, но глубоко проникли и в сферу потребления. Кроме этого, даже в тех областях, где понятие «развлечения» казалось чем-то неуместным и несовместимым с традиционным этосом, наблюдается массовая экспансия разного рода забав, и все это приводит к появлению того, что Герберт Шиллер пренебрежительно называет валом «информационного мусора». Все это свидетельствует о сомнительной ценности тезиса о невероятном росте количества информации в наше время. Давайте подробнее остановимся на некоторых аспектах этой проблемы.

Яркой особенностью XX в. и особенно его послевоенного периода стало распространение сознательно используемых средств убеждения людей. То, что называют управлением с помощью информации, — это, конечно, вообще особенность либерального капитализма. Как отмечал Говард Тамер:

Управление с помощью информации... совершенно необходимо для того, чтобы обеспечить согласованную работу современного правительства. Манипулируя общественным мнением и осуществляя социальный контроль, государство всецело полагается при этом на коммуникацию и информацию.

(Tumber, 1993b, с. 37)

Этот подход прочно укоренился в начале столетия, когда, как признают очень многие — среди них, например, такие политологи как Гарольд Лассуэлл (Lasswell, 1934), Уолтер Липпманн (Lippmann, 1922) и основатель теории связи с общественностью Эдвард Бернайс (Bernays, 1955), последнего нужно отметить особо, — развитие демократии, сопровождавшееся одновременным распространением потребительских ценностей, сформировал острую потребность в средствах выработки в обществе «искусственного консенсуса» (Bernays, 1952).

Существует обширная литература, посвященная развитию «пропаганды», позднее этот термин был смягчен, и его место заняло «формирование общественного мнения», а затем появился термин «убеждение» (*persuasion*), здесь нет нужды возвращаться к этому вопросу (Robins and Webster, 1999). Достаточно сказать, что уже в начале XX в. некоторые наблюдатели отмечали, что необходим какой-то механизм управления населением, придерживающимся разных взглядов, но при этом пользующимся избирательным правом. Липпманн, например, считал, что «между частным лицом и сложной средой, в которой он существует, должен быть какой-то посредник-эксперт» (Lippmann, 1922, с. 378). Роль этого эксперта должен взять на себя современный пропагандист, специалист по информации, который «превратил убеждение в незаметное искусство и в орудие правительства народа» (Lippmann, 1922, с. 248). Заметьте, что с точки зрения Лассуэлла, Липпманна и Бернайса, управление с помощью информации — вещь необходимая и достойная. «Пропаганда, конечно же, останется всегда, современный мир слишком зависит от умения скоординировать поведение его мельчайших компонентов как в моменты кризиса, так и при проведении широкомасштабных акций в “нормальных” ситуациях» (Lasswell, 1934, с. 234).

В этих высказываниях пропаганда предстает как сознательно используемое систематическое управление с помощью информации, как неотъемлемая часть либеральной демократии. Пропаганда сводится к распространению определенных сообщений и ог-

раничению распространения других, то есть включает и использование цензуры. Особенно стоит отметить — я, собственно, поэтому и обратился к истории вопроса, — то, что систематическое использование управления с помощью информации и есть, по мнению Юргена Хабермаса, момент, с которого начинается упадок публичной сферы (при этом демократические процессы в обществе не прекращаются, ведь противоборствующих сторонам нужна легитимность и они пытаются управлять общественным мнением, чтобы победить в открытом противостоянии, и это в какой-то мере способствует сохранению публичной сферы). Хабермас, конечно, прав, утверждая, что распространение пропаганды и манипулирования общественным мнением свидетельствуют об отходе от идеи информированного и рационально рассуждающего общества в сторону подтасовок и технологий пиара. Сегодня нормативная точка зрения состоит в том, что пропаганда и агитация — нечто противоположное рациональному обсуждению, их рассматривают как препятствия на пути разумной выработки решений. Но те, кто первыми занялся этими вопросами, не лицемерили, они были искренне убеждены, что общество «неспособно действовать разумно», если ему в этом не помогут «специалисты по разъяснениям», «специалисты по установлению истины», «специалисты по выяснению мотивов» (Lasswell, 1941, с. 63). Эдвард Бернайс заявлял в то время: «Специалисты по связям с обществом жизненно необходимы... потому что всеобщее благосостояние зависит от того, насколько приспособлен отдельный индивид, группа или общественный институт к требованиям жизни» (Bernays, 1952, с. 3).

Ирония заключается в том, что сейчас, когда управление с помощью информации приобрело огромные масштабы и интенсивность, а его приемы стали гораздо более изощренными, появилась тенденция вообще отрицать его существование. Сегодня появилась тьма специалистов по пиару (*PR*), консультантов, которые занимаются связями политиков и ведущих бизнесменов со СМИ, когда в массовом порядке присуждаются ученые степени по рекламному делу и подобным предметам, но вся эта публика утверждает, что озабочена исключительно «совершенствованием коммуникаций», «добивается, чтобы «месседж» клиентов достигал цели», и «обучает навыкам, которые необходимы для создания развитой экономики». Основополагающий принцип, лежащий в основе всех этих практик, либо замалчивается, либо отодвигается на второй план. А принцип-то сводится к тому, чтобы создавать такую информацию, которая бы убедила потребителя поступать

(а иногда воздерживаться от действий) в соответствии с интересами тех, кто платит за эту информацию, т.е. управлять информационной средой людей с целью контролировать их поступки.

Формирование методов управления с помощью информации происходило в период между двумя мировыми войнами, позже распространение этих методов приобрело характер эпидемии, стремительно набирающей силу. Возьмем хотя бы колоссальный рост рекламной индустрии после 1945 г. Эта индустрия не только выросла экономически, она существенно увеличила количество своих методов: начиная с формирования образа корпорации, спонсорства, связей с общественностью и кончая прямой почтовой рассылкой. С появлением последней заметно возросло количество «почтового мусора» (удачная характеристика качества дополнительной информации), появились местные «бесплатные газеты», в которых была стерта грань между журналистикой и рекламой. С количественным ростом пришел и качественный: в этой области появились настоящие профессионалы, а проводимые ими «кампании» стали гораздо более прицельными (здесь можно упомянуть и об исследованиях рынка, о компьютерном анализе [продаж] и «целевых аудиториях»).

Еще одним свидетельством все большего распространения управления общественным мнением, которое захватило в политике ключевые позиции, стал стремительный рост лоббизма, проникшего в Уайтхолл для того, чтобы укрепить там позиции тех, кто этот лоббизм оплачивает. Вообще-то лобби — это вестибюль, в частности, тот, в котором журналисты пытаются перехватить членов палаты общин, выходящих из парламента, но здесь я имею в виду группы, обычно представляющие интересы корпораций, которые пытаются оказать влияние на политический процесс. Ключевым элементом становится подкуп парламентариев заинтересованной стороной (Raphael, 1990).

Я еще вернусь к проблемам политики, хочу лишь обратить внимание на то влияние, которое бизнес оказывает на формирование информационной среды. Здесь есть два момента. Во-первых, прослеживается четкая параллель: с одной стороны, политологи приходят к убеждению, что демократическим процессом нужно управлять, осторожно манипулируя информацией, с другой — в тот же период между двумя мировыми войнами растущий корпоративный сектор осознает, что общественное мнение может и должно оказывать все более сильное влияние на деловую жизнь. Особенно в Соединенных Штатах «фирмы по мере своего роста понижают: если их деятельность порождает новости и это неизбежно, то этот поток новостей нужно контролировать» (Tedlow, 1979,

с. 15). В результате в корпорациях возникли отделы по связям с общественностью, которые должны обеспечить обнародование мнения корпораций по вопросам трудовых отношений, экономики и даже международной политики. Нет ничего удивительного, что Эдвард Бернайс это желание уловил и поддержал: «Корпоративному миру нужно не только продавать продукты... прежде всего ему нужно научиться продавать общественности самого себя, нужно научиться объяснить свое место в экономической системе» (Bernays, 1952, с. 101).

Признав, что в деловом мире любая организация «в конечном счете зависит от того, в какой мере общество одобряет ее деятельность, она сталкивается с задачей сформировать общественное мнение в соответствии со своей программой или целью» (Bernays, 1952, с. 159), корпорация выстраивает свои коммуникации. В современной корпорации управление общественным мнением — часть маркетинговой стратегии. Такие люди, как управляющий *General Motors* Роджер Смит, совершенно четко осознают задачи своих подчиненных, занимающихся связями с общественностью: им поручено ни больше ни меньше, как «добиться, чтобы мнение общественности отражало политику корпорации» (Smith, 1989, с. 19). Исходя из этой посылки и строится участие корпорации в несметном множестве различных информационных акций: спонсорстве, разработке логотипов, формировании образа корпорации, публикации статей рекламного содержания, налаживании связей с общественностью, поддержке политических (и неполитических) групп и даже образовательных программ (это та область, где корпорации могут вступить в контакт с молодежью и представлять перед публикой в облике заботливого отца). Большое внимание уделяет бизнес своему участию в организациях, представляющих интересы всего делового мира. В Великобритании такой организацией является Конфедерация британской промышленности (*Confederation of British Industry — CBI*), основанная в 1965 г. Сегодня она всеми рассматривается как выразитель интересов делового сообщества и представлена на всех публичных форумах, где рассматриваются вопросы, связанные с состоянием индустрии.

Еще одно новое явление: все чаще ведущих сотрудников фирмы учат, как лучше работать со СМИ и как вести себя перед телекамерой. Для больших корпораций стало привычным учить своих сотрудников правильно говорить, одеваться так, чтобы лучше выглядеть на экране. Их тренируют давать интервью, используя собственные ресурсы или оборудование фирм-консультантов, причем в качестве тренеров часто выступают профессиональные тележурналисты.

Майкл Юсим (Useem, 1984) на фактах показывает, как корпоративные структуры получают огромные прибыли, пользуясь тем, что можно было бы назвать их собственными информационными возможностями и возможностями верхушки их управленческого аппарата. Он пишет, что в XX в. произошел переход от «семейного» бизнеса через стадию бизнеса «менеджерского» и далее к стадии «институционального» капитализма, под которым он имеет в виду огромные и обезличенные корпорации, занимающие доминирующее положение в ведущих экономиках мира и все более тесно связанные друг с другом. Результатом установления таких тесных связей стало возникновение в современном капитализме «внутреннего круга» — директоров, заседающих в правлениях сразу многих компаний и составляющих узкий круг посвященных, где и формируется «обобщенное корпоративное мировоззрение» (Useem, 1984, с. 5), которое пришло на смену защите интересов отдельной компании. Отсюда возникли две особенно важные тенденции. С одной стороны, «политическая мобилизованность бизнеса» (с. 150). Она возникла в 1970-е годы и сохраняется до сих пор. Тесные связи между корпорациями создали основу для эффективного участия бизнеса в политике на основе широкого консенсуса по таким вопросам, как чрезмерно высокое налогообложение, слишком сильное влияние профсоюзного движения, противодействие введению законодательства, которое могло бы нанести ущерб частной инициативе и бизнесу. Феномен «политической мобилизованности бизнеса» свидетельствует о том, что современному деловому миру уже недостаточно заниматься своими внутренними делами, его волнует состояние внешней среды, в которой существует бизнес. Растущая активность лобби, которая приводит к появлению людей, способных формулировать точку зрения бизнеса, к формированию разветвленной сети контактов, к проведению круглых столов и к неиссякаемому потоку пресс-релизов и брифингов наряду с поддержкой настроенных в пользу бизнеса политических партий, центров анализа, с энергичным участием в таких организациях, как Конфедерация британской промышленности, — все свидетельствует о возросшем понимании бизнесом роли информации в современном обществе.

И еще одна черта характерна для руководителей современных корпораций. Все чаще их выбирают по признаку способности к общению. То, что Майкл Юсим (Useem, 1985) называет взлетом «политических менеджеров», связано с их возросшим умением прокладывать курс развития, соответствующий сложным политическим, экономическим и социальным особенностям окружения, в котором работает корпорация, и выработать стратегию ее развития, учи-

тывающую эти особенности. Одной из сторон таланта «политического менеджера» является его способность к общению, умение убедить группы интересов вовне (и часто внутри) корпорации следовать выработанной компанией политике и обычаям. С точки зрения Юсима (Useem, 1985), появление такого типа руководителя «наиболее явственно свидетельствует о существенном изменении приоритетов бизнеса, при котором функция связей с общественностью выдвигается на первый план» (с. 24). Расширившиеся, тесно связанные друг с другом, осознающие свои интересы и возглавляемые способными агитаторами корпорации оказывают мощное влияние на формирование современной информационной среды.

Остановимся на втором моменте. Он более тесно связан с основной сферой деятельности бизнеса. В течение все того же ключевого периода между войнами произошли события, которые оказали глубокое влияние на сегодняшнее положение вещей. Рост корпораций привел к тому, что в дополнение к проблемам производственного характера (то есть ко всему, что происходило на самом предприятии) пришлось уделять серьезное внимание и проблеме потребления произведенной продукции. Как заметил один из авторов *Advertising and Selling*, «за последние десятилетие наше производство росло в десять раз быстрее роста населения... Наступившее благосостояние... в значительной мере базируется на огромном росте количества продаж» (Goode, 1926). Чтобы снизить неопределенность, связанную с свободным рынком, корпоративный капитал попытался как-то упорядочить и систематизировать свои отношения с потребителями. Чтобы стабилизировать сбыт потребительских товаров массового спроса (таких как одежда, сигареты, предметы домашнего обихода, продуктовые полуфабрикаты, моющие средства, а позднее автомобили), нужно было информировать публику об их доступности и привлекательности (Pore, 1983). Необходимость формировать потребительский спрос неизбежно должна была привести к развитию рекламного дела как основы маркетинга (Ewen, 1976). Если мы будем рассматривать рекламу как «выстроенную систему коммерческой информации и убеждения» (Williams, 1980, с. 179), мы поймем ее роль в «воспитании в человеке потребителя... обучении поведению в условиях потенциального изобилия» (Potter, 1954, с. 175).

Неверно, конечно, утверждать, что доход корпорации напрямую зависит от вложений в рекламу. Люди интерпретируют содержание рекламы по-своему (Schudson, 1984), и реклама — лишь одна из составляющих маркетинговой стратегии: тут нужно упомянуть и потребительское кредитование, и обмен новых товаров на подержанные, и привлекательный дизайн и удобную упаковку

товаров (Sloan, 1963). Однако благодаря своему динамизму и природе реклама играет огромную роль в процессе формирования бизнесом окружающего нас символического пространства.

С 1920-х годов реклама развивалась столь высокими темпами как в качественном, так и в количественном отношении, что вторглась — этого просто невозможно не замечать — практически во все стороны коммерческой деятельности (Mattelart, 1991; Fox, 1984). Теперь она сама по себе отрасль индустрии, охватывающая все уголки земного шара, а доминирующее положение в ней занимают такие олигополии, как *WPP* (*WPP* поглотило когда-то самостоятельных гигантов *Ogilvy and Mather*, а также *J. Walter Thompson*), *Cordiant*, *Young and Rubicam*, и она оказывает мощное влияние на формирование культуры потребления. Гигантские рекламные щиты, логотипы на майках, нагруженные рекламой сериалы, обычная потребительская реклама, гимны корпораций, спонсирование спорта и даже университетские кафедры (вроде кафедры «Фиата» в Италии или кафедры розничной торговли, учрежденной *ASDA*) — все свидетельствует, что мы вступили в век «тотального промоушена», когда невозможно провести четкой границы между рекламой и бескорыстной информацией (Wernick, 1991). Как мы уже отмечали, дело не в количественном росте самой рекламы, а в той зависимости, в которую впали от рекламы как основного источника финансирования другие виды распространения информации в наши дни, причем реклама существенно влияет и на содержание современной прессы и телевидения (Barnouw, 1978; McAllister, 1996).

Наконец, наблюдая за активностью корпораций, мы не можем не замечать, как специфический для рекламы подход распространяется на все сферы их деятельности: теперь продают не только товары, но и теми же методами пытаются «сбыть» самих себя. Сегодня обычное дело, когда реклама пытается внушить — иногда незаметно, а подчас и грубо — мысль, что банки «внимают», нефтяные компании — «озабочены состоянием окружающей среды», международные химические концерны — это «соль земли британской», а страховщики — «служат каждому из нас и всем нам». Мы не всегда понимаем, в чем нас убеждают, но все же у нас формируются какие-то образы, когда мы узнаем, что компании поддерживают детей и инвалидов, спешат на помощь местному хору или поддерживают организацию театральные гастролей. Как честно признается один из ведущих специалистов по рекламе, единственная цель таких кампаний — убедить людей «толковать свои сомнения в пользу организации *в любой ситуации*» (Muirhead, 1987, с. 86). На примере рекламы несложно понять, с какой легкостью попыт-

ки корпорации управлять процессом потребления переходят в попытки управлять вообще всем в современной жизни, включая и политику.

Ранее мы рассматривали только основные формы присутствия корпораций в информационной сфере. Невозможно утверждать совершенно определенно, но, судя по распространению рекламы *во всем многообразии* ее форм, по экспансии пиара и лоббирования, мне кажется, что бизнес вообще заинтересован в присутствии в окружающем нас символическом пространстве. Это присутствие непосредственно проявляется в рекламе на экране телевидения, косвенно — в том влиянии, которое оказывает реклама на большинство СМИ в современном мире; мы видим непосредственно главу Конфедерации британской промышленности, которого журналист спрашивает о перспективах промышленности, а без особой огласки по начальным школам бесплатно распространяются материалы по обучению предпринимательству; на телеэкране появляется глава кадрового отдела компании, а за нашей спиной отдел по связям с общественностью потихоньку дает кому-то взятку, проявляя «гостеприимство» за счет компании. Поскольку информация, распространяющаяся по таким каналам, предоставляется в чьих-то интересах, а сами эти интересы скрываются, эта информация — как только она появилась — становится разрушительной для публичной сферы, а в более общем плане — она разрушает всю сферу информации, так как дает необоснованные преимущества экономически благополучным группам населения по сравнению с его ущемленными слоями.

Конечно, желание корпоративного сектора по-своему перекроить информационную сферу сталкивается с сопротивлением. Это сопротивление связано с тем, что большая часть информации распространяется по каналам СМИ, и корпорациям приходится работать с профессионалами, у которых, с одной стороны, есть причины (в их числе профессиональная этика) скептически относиться к сообщениям корпораций, а с другой — они сами часто обращаются к источникам из корпораций с вопросами, которые не особенно нравятся корпорациям.

Эти вопросы приводят иногда к появлению информации о бизнесе, которую он сам предпочел бы скрыть, с этим нельзя не считаться. Но дело не только в дотошности журналистов, проследживается и противоположная тенденция: общее падение качества журналистики, о котором пишет Нейл Постман (Postman, 1986). Постмана прежде всего беспокоит ориентация телевидения на развлекательность, ориентация, присущая всей современной культуре с ее непосредственностью, тяготением к действию, невнятно-

стью, упрощенчеством, склонностью к драматизации и поверхностности. С точки зрения Постмана, эта развлекательность пронизывает все: подачу новостей, образование, политику и даже религию. Любая значимая информация подменяется инфоразвлечением. Телевидение с этой точки зрения «загрязняет» информационную среду, выделяя все забавное и сенсационное, концентрируясь на удобоваримом и пренебрегая бесстрастным и рациональным анализом. Из-за этого мы мало что знаем о повседневной жизни транснациональных корпораций, но на нас обрушивается поток сплетен об интимной жизни бизнесменов и выходках какого-нибудь Ричарда Брансона*.

Я начал этот параграф с истории возникновения и распространения управления с помощью информации. Сейчас, обращаясь к первооснове публичной сферы, я не могу не выразить озабоченности вторжением «глянцевой» информации, потому что если мы не можем быть уверенными в том, что читаем или слышим, то политические споры во многом теряют свой смысл. И представляется, что как раз в сфере государственного устройства методы управления с помощью информации приобретают самый изощренный характер (Franklin, 1994).

У этого явления есть несколько важных сторон. Одна связана с подачей политических образов, проблем и событий. О хитроумной подаче новостной информации и статистических данных уже говорилось, но проблема глубже. Хорошо известно, что сделали для Маргарет Тэтчер консультанты по связям с общественностью Гордон Рис и Сатчи и его фирма *Saatchi Advertising* (Cockerell et al., 1984): они изменили ее манеру говорить и способ одеваться, чтобы ее образ не был таким агрессивным и жестким. Но использование политтехнологий в американском стиле пошло у нас гораздо дальше: уже стали придумывать речи с остроумными изюминками, которые удобно использовать в качестве заголовков в вечерних новостях, тщательно выбирать ракурсы для подходящих фотоснимков, на которых как бы случайно оказываются нужные эмблемы, лозунги — и все это в удачно выбранной цветовой гамме. И тут еще тщательная подготовка фона для политических речей, которые произносят, обращаясь к специально подобранной аудитории политических единомышленников, что избежать неудобных вопросов или непредвиденных возражений из зала. То же самое относится к съездам, на которых принимаются заранее согласованные решения и которые очень мало походят на политические

* Эксцентричный британский мультимиллионер, владелец бренда *Virgin* (*Virgin Music, Virgin Atlantic Airways, Virgin Cola* и пр.). — Прим. перев.

митинги, где каждый пытается отстоять свою точку зрения и убедить. В организации таких инсценировок Тони Блэр и Билл Клинтон ловко подхватили эстафетную палочку, переданную им Маргарет Тэтчер и Рональдом Рейганом.

Если речь идет о политиках, то особенно тщательно готовятся их телевизионные выступления: подбирается задник, развешиваются бросающиеся в глаз национальные эмблемы и, конечно, в нужных местах звучат «дружные» аплодисменты. В тех же случаях когда передача действительно идет в прямом эфире, политики, как всем известно, прилагают все усилия, чтобы она имела максимальный пропагандистский эффект. То есть никто и не помышляет о проведении открытых и честных дебатов, интервью в прямом эфире используются для того же «управления общественным мнением».

Конечно, задолго и до наших дней политики пытались выставить себя в наилучшем виде. Тем не менее

ни один из предшественников госпожи Тэтчер... никогда не прилагал таких целенаправленных усилий для создания своего образа. При ней появился совершенно новый для британской политики персонаж: помесь рекламного агента со спецом по связям с общественностью. С этими приемами презентации собственной персоны и подачи себя в новостях она выглядела больше как американский президент, чем как британский премьер.

(Cockerell *et al.*, 1984, p. 11)

В политической жизни 1980-х годов управление с помощью информации стало более постоянным и приобрело черты системы (Harris, 1990, с. 168–181). В 1994 г. главой лейбористской партии без особого труда стал Тони Блэр. Его громкие победы на выборах в 1997 и 2001 гг. в одном очень важном отношении напоминали триумфы госпожи Тэтчер: на первом месте всегда стояло управление образом кандидата (Rawnsley, 2000).

Другой стороной управления с помощью информации стало запугивание телевизионных каналов, хотя и не только их. В течение 1980-х годов было немало примеров этого: начиная с того, что консерваторы демонстрировали *BBC* свою антипатию к ней как к организации, получающей бюджетное финансирование, и вообще «не нашей», кончая прямыми нападка на освещение многих сложных проблем, но особенно относящихся к Северной Ирландии (Bolton, 1990). Запугивание часто сопровождалось прямыми запретами; на протяжении последних десятилетий было много свидетельств именно цензуры. В 1998 г. на британском телевидении

запретили показ Шин Фейн [партии ирландских националистов], была, хотя и очень неуклюжая, а в итоге смехотворная попытка предотвратить публикацию воспоминаний Питера Райта, бывшего сотрудника военной разведки, появилось сообщение, что все назначения в службе новостей [BBC] должны быть одобрены представителем секретной службы, кабинет которого находится в Доме радиовещания корпорации, — вот только некоторые из этих свидетельств (Leigh and Lashmar, 1985).

Все три основные черты управления с помощью информации — придание информации искусственного глянца, запугивание и цензура, — не говоря уже о режиме секретности, который представляет другую сторону той же монеты, особенно отчетливо проявляются во время кризисных ситуаций. Ничто, конечно, не способствует так использованию подобных методов, как войны и вспышки террористической активности. Все это Великобритания испытала в Северной Ирландии (с начала 1970-х годов), во время Фолклендского кризиса в 1982 г., в Ираке — в 1991-м и в Косове — в 1999 г. Каждый из этих кризисов продемонстрировал, что информация стала составной частью военной кампании, причем значительная часть этой информации предназначена для потребления внутри страны, так как общественное мнение может решающим образом повлиять на исход военных действий.

В ситуации, когда «враг» может иметь лишь очень ограниченный доступ к каналам распространения информации (в силу чрезвычайной ситуации с ее организационными, этическими и политическими особенностями), когда мы стремимся к победе (а не к торжеству истины), появляется масса возможностей для искажения и введения в заблуждение, да и мотивы, по которым прибегают ко лжи, в общем-то, легко понять. В подобной ситуации и политики, и военные рассматривают СМИ как средство борьбы с врагом, то есть орудие пропаганды. А когда после поражения Америки во Вьетнаме появилось мнение, что война была проиграна из-за неподконтрольности прессы и телевидения (Elegant, 1981; Hallin, 1986), власти стали гораздо внимательнее подходить к этой стороне «планирования военных действий». В частности, во время Фолклендской войны доступ журналистов на театр военных действий был ограничен и к каждому из них был приставлен особый сопровождающий из числа военных, который отвечал за подобающее поведение журналиста, а позднее, во время любых военных действий этой системой были охвачены все журналисты, аккредитованные при вооруженных силах (хочешь писать репортажи, соглашайся на цензуру).

Продолжающаяся борьба в Северной Ирландии сопровождается манипулированием информацией, которое стало уже рутин-

ным (Curtis, 1984; Schlesinger, 1987), но после Фолклендской войны подход стал гораздо более систематичным (Ministry of Defence, 1983, 1985). Во время «Бури в пустыне» в 1991 г. машина связей с общественностью была уже очень хорошо отлажена, по своим масштабам освещение войны в Персидском заливе не имело прецедентов, но по содержанию было абсолютно стерильным. Все ориентировалось на точку зрения союзников, и СМИ использовали их терминологию, беспрестанно рассказывая о «хирургически точных авиаударах», но при этом замалчивая человеческие потери и создавая образ «почти бескровной войны» (Knightley, 1991, с. 5). Заметим, однако, что сформировать такой же образ войны в Косове, которая велась весной 1999 г., все-таки не удалось (я пишу эти строки осенью 2001 г., мне кажется, что это не удастся и по отношению к афганской кампании). Слишком много было противоречий между союзниками по НАТО, слишком долго продолжался конфликт и слишком много его освещало скептически настроенных журналистов, чтобы удалось сделать из войны «снежную сказку». Еще более важно, наверное, то, что были журналисты, работавшие с территории Сербии, причем западные журналисты (по оценкам всего в зоне военных действий работали свыше 2 тыс. журналистов), и были сообщения по электронной почте из самого Косова, и все это ставило палки в колеса пропагандистской машине. Тем не менее большее количество репортажей отражало все же западную точку зрения.

Для либеральной демократии угроза войны и повстанческого движения — это уже не нечто исключительное, а скорее часть повседневной жизни. Поэтому для нашего времени характерна готовность к возникновению подобных ситуаций, а критическим для победы или поражения в подобном конфликте может стать отношение к нему общественного мнения. Состояние готовности приводит к систематическому искажению информации, распространение ее более неравнозначно распространению знания, это часть стратегии конфликтующих сторон и политических деятелей. Что в соединении с другими приемами управления с помощью информации приводит к деградации публичной сферы, сужению рамок, в которых возможны политические дискуссии и дебаты.

Возражения

Все сказанное рисовало картину, казалось бы, безудержного роста использования управления с помощью информации политиками, правительством и бизнесом. Если мы дополним это надежно подтвержденными свидетельствами давления на обществен-

ные службы, то впору присоединиться к мрачным пророчествам Хабермаса: публичная сфера деградирует под воздействием превратившегося в профессию «управления общественным мнением» и своекорыстного бизнеса. Однако попытки рассматривать происходящее в терминах теории Хабермаса наталкиваются на ряд возражений. Первое связано с временными границами процесса упадка. Если мы возьмем в качестве отправной точки 1880-е годы, то должны будем прийти к другим выводам, чем если бы мы начали с 1980-х годов. Другое дело, если наш взгляд в прошлое охватывает любой промежуток за пределами одного-двух последних поколений. Тогда утверждать, что публичная сфера, например в конце XIX в. была более развитой по сравнению с нашими днями, было бы по меньшей мере странно: в то время большинство населения не имело права голоса, а огромная его часть и вообще не могла читать отчеты в *Times* или *Morning Post*. Можно ли вообще серьезно отстаивать точку зрения, что сейчас люди в информационном плане более обездолены, чем их предки в XIX в.? Эта точка зрения совершенно несообразна с тем, что сегодня публичная сфера неизмеримо более доступна, чем когда-либо. Вспомните, например, с какой легкостью вы можете вмешаться в обсуждение с помощью мобильного телефона, или использовать обычный телефон для организации встречи, или войти в Интернет, чтобы с легкостью получить доступ к экспертной информации.

Все это нужно признать. Однако нельзя игнорировать и то, что многие изменения в сфере информации создали потенциальную угрозу для публичной сферы и существенно расширили возможности манипуляции информацией. Сюда нужно отнести превращение знания в товар, нападки на общественные институты, упор на убеждение, а не обсуждение, эскалацию СМИ, ориентированных на рекламу, и пр. Возможно, ситуацию нужно признать парадоксальной. С одной стороны, количество лжи и подтасовок безмерно увеличилось, и в этом смысле публичная сфера, несомненно, сузилась. С другой стороны, есть и противоположные тенденции: у людей появились средства и желание шире участвовать в публичной сфере, а сама она приобрела более открытый характер, чем когда-либо ранее. Существенно повысился образовательный уровень населения, улучшилось качество информации — она стала глубже, а количество ее источников — больше, чем когда-либо в прошлом, да и участвовать во всем, что связано с публичной сферой, теперь гораздо легче, чем прежде.

Другого рода возражение связано с тем, что само понятие публичной сферы является ценностно-ориентированным. В сущности,

публичная сфера — это идеал, даже утопия, и поэтому любая реальная ситуация всегда будет выглядеть по сравнению с ней ущербной. Те, кто не согласны с нормативным подходом к публичной сфере, могут привести еще два частных возражения. Первое связано с тем, что историческая реальность не соответствует нарисованной Хабермасом картине. Те, кто оплакивают упадок институтов публичной сферы, думают, что когда-то общественные службы переживали свой золотой век. Но такого периода вообще никогда не было! Отмечают, например, что в 1950-х и 1960-х годах финансовое положение *ВВС* было прочным и организация имела высокий престиж, но в течение этого периода *ВВС* была исключительно замкнутой организацией. Ее сотрудниками становились выпускники престижных Оксфорда и Кембриджа, интересы низших классов общества вообще игнорировались, всякая региональная и диалектная окраска в эфире считалась недопустимой. По этому ли испытывают ностальгию сторонники концепции публичной сферы? Второе возражение состоит в том, что идеал публичной сферы недостижим, потому что он утопичен. Лучше уж держаться того, что существует реально, говорят те, кто выдвигают это возражение, чем стремиться к тому, чего в жизни не может быть и никогда не было. Подобная приземленная позиция позволяет также лучше понять, чем мы располагаем, а не беспрерывно жаловаться на деградацию публичной сферы только потому, что мы сравниваем ее сегодняшнее состояние с недостижимым идеалом.

Есть три ответа на эти возражения. Первый сводится к тому, что отстаивать идеал публичной сферы — не значит защищать прошлое и даже настоящее. Например, нетрудно согласиться, что *ВВС* 1950-х и 1960-х годов далеко не полностью отвечала идеалу беспристрастного, надежного и рационального источника информации. Но, соглашаясь с этим, мы не должны закрывать глаза на реальные достижения общественного вещания в этот период и в другие времена. Если нам удастся сохранить чувство пропорций, мы увидим не только недостатки, но и достоинства. *ВВС* 1950-х и 1960-х годов, например, умело добиваться высокого качества всех своих передач — от радиопостановок до новостей и комментариев, и по сравнению с ним коммерческое телевидение, которое боролось за максимальные размеры аудитории, выглядело бледно (Pilkington, 1962).

Второй ответ относится к обвинению, что те, кто требуют реформы сегодняшних учреждений, ведут речь о возврате к воображаемому золотому веку общественных служб. Дело не в том, чтобы восстановить в прежнем виде институты, которые, возможно, неплохо работали до того, как рынок и правительства, вызывающие

мало симпатий, их не испортили. Нет, реформа должна быть направлена на сохранение того, что стоит сохранить, но нужно пересмотреть цели, которые стоят перед этими учреждениями. Именно такова точка зрения Джеймса Каррена (Curran, 1998), считающего, что вопрос о защите *ВВС* должен рассматриваться в контексте демократизации СМИ. Он полагает, что обычная аргументация в защиту *ВВС*, основанная на ценности этого учреждения для культуры, сегодня неубедительна, тогда как действенной была бы аргументация, основанная на его гражданской позиции. Те, кто отстаивали бы такую позицию, одновременно выступали бы и за большую подотчетность *ВВС* широкой общественности с упором на право граждан получать информацию о состоянии общественных дел и на их более широкое участие в управлении корпорацией. Подход Каррена, защищающего публичную сферу и требующего при этом углубления демократии, находит поддержку и у других авторов. Джон Кин (Keane, 1991), например, отвергает саму идею о возврате к общественному вещанию, если его будут осуществлять организации, финансируемые государством и пытающиеся говорить от лица какой-то однородной массы («нация испытывает...», «британская точка зрения состоит...»). Все это уже невозможно в современном мире, одновременно глобальном и расчлененном, который испытывает, кроме того, глубокие подозрения по отношению к государственному вещанию. Вместо этого Кин (Keane, 1998) напоминает о концепции гражданского общества, подчеркивая важность и необходимость существования в этой сфере неправительственных организаций, которые были бы плюралистичны, динамичны и отражали бы сложность современной жизни. Желательно создать «сеть из публичных сфер» (Keane, 1991, с. xii), которые предлагали бы людям многообразные возможности для обсуждения, споров и информирования друг друга, но при этом не покушались бы на их самостоятельность. Нет ничего удивительного в том, что поиски такой организации информационной среды приводят Кина к обсуждению возможностей Интернета, к чатам, доскам объявлений, цифровому телевидению и другим средствам углубления демократии за счет повышения доступности публичной сферы. Еще дальше идут Бламлер и Коулман (Blumler and Coleman, 2001), которые пишут о создании «электронной палаты общин», которая могла бы удовлетворить информационные потребности крайне неоднородного общества. Кин не против общественного вещания, но хотел бы расширения и изменения самой концепции такого вещания в новых, постоянно изменяющихся условиях, в эпоху заката коллективизма, новой роли рынка и возможностей, кото-

рые открывают информационные технологии. Если Кин и заходит слишком далеко в своей увлеченности новыми медийными технологиями и в своей мечте об «электронном вече», то, по крайней мере, он обращает наше внимание на то, что роль общественных институтов изменяется во времени и в пространстве.

Эта точка зрения допускает обобщение, и на этом пути могло бы возникнуть нечто вроде серьезного «культурологического» изучения публичной сферы. В контексте таких исследований подход самого Хабермаса выглядел бы несусветно мрачным, а сам философ предстал бы как человек, не способный понять, что на серьезные темы можно говорить и по-другому: эмоционально, тепло и с чувством. Действительно, дискуссии о публичной сфере касаются в основном серьезных и значительных тем, выбираемых с явным элитарным уклоном: политики, образования и далее в том же духе. Но должно же быть место и для вещей попроще и полегче? Для тех, кому это нужно, и создаются «мыльные оперы», в которых нам представляют обычные отношения, связывающие людей, незамысловатые документальные фильмы, шоу вроде «Большого брата», в центре которых банальные ситуации, интерактивные программы вроде той, что ведет Опра Уинфри, ток-шоу на радио и телевидении и другие программы подобного рода, которые создаются для людей, не причисляющих себя к элите, и где можно услышать голос этих людей. Если так взглянуть на дело, то окажется, что публичная сфера не только не сократилась, но и невероятно разбухла, стала более демократичной благодаря использованию новых форм коммуникации. Еще одна точка зрения на проблему публичной сферы появилась после публикации работы Джима Макгигана (McGuigan, 2000), в которой дан проницательный анализ общественного восприятия похорон леди Дианы в конце августа 1997 г. Макгигану принадлежит термин «культурная публичная сфера» для обозначения понятия, которое сознательно противопоставляется формальному и когнитивистскому понятию, введенному Хабермасом. Разъясняя его, Макгиган выдвигает на первый план то, «что берет нас за живое», он говорит о публичной сфере как о пространстве, где люди обсуждают, «как им жить» (отсюда важность таких тем, как брак, дети, внешность и личная уязвимость). Это те понятия, которые предполагает охватить «культурная публичная сфера», и, реформируя ее, мы должны учесть и эти области жизни, которыми теоретики часто пренебрегают.

Наконец, третий ответ адресован тем, кто отмахивается от понятия публичной сферы на том основании, что оно утопическое. Этому понятию противопоставляется то, что дано нам в ощущении здесь и сейчас, и по сравнению с реальностью концепция

Хабермаса предстает скучной и оторванной от жизни. Меня такая критика не убеждает. Альфред Уайтхед (1861—1947) много лет назад заметил, что ни один конкретный цветок в мире идеально не соответствует концепции красного цвета, но это не значит, что от этой концепции нужно избавиться (Whitehead, 1925). Концепция демократии столь же реально оказывает влияние на нашу жизнь, как и концепция красного цвета, хотя ни та, ни другая не находят в ней полного воплощения. Уайтхеду принадлежит выражение «великий отказ»: философ имел в виду, что мы не должны отказываться от универсалий и признавать только то, что дано нам в ощущении. Понятие публичной сферы, может быть, и утопично, но оно реально в том смысле, в котором реально наше представление об идеальном красном цвете и о демократии. Не нужно отказываться от этих понятий только потому, что они нигде не реализованы. «Великий отказ» пожертвовать понятием «публичная сфера» — это важная вещь, если мы хотим сохранить понятие «информационное общество».

8

ИНФОРМАЦИЯ, РЕФЛЕКСИЯ И ОТСЛЕЖИВАНИЕ

Энтони Гидденс

Энтони Гидденс — наиболее известный социолог, который появился в Великобритании в прошлом веке (род. 1938) (Anderson, 1990). Он поставил перед собой задачу заново переписать теорию общества и пересмотреть сложившееся представление о «современности». Гидденс принялся за эту задачу, проявив ошеломляющие творческие способности: он одновременно подвергал критике сложившиеся концепции и с завидной изобретательностью формулировал новые подходы к объяснению тех изменений, которые происходят в мире. Проведя тщательный критический анализ теорий общества, он в начале 1980-х годов разработал теорию структуризации, а затем взялся за основательное исследование понятия «рефлексивной модернизации». Начиная с конца 1980-х годов Гидденс пытается применить построенную им теорию, которая делает упор на понятие «выбор», совершаемый нами в мире «искусственной неопределенности», к практическому исследованию происходящих изменений. Как раз в связи с этими исследованиями он и получил широкую известность вне научных кругов; ему принадлежит концепция политики третьего пути, хотя нужно отметить, что основы его сотрудничества с политиками в качестве идеолога «новых лейбористов» были заложены еще ранее, в ходе его долгой научной карьеры (Giddens and Pearson, 1998). Эта глава посвящена идеям Гидденса, которые, как мне кажется, помогут нам взглянуть на роль информации с совершенно неожиданной стороны. В этой главе я не претендую на исчерпывающее изложение его взглядов, а скорее анализирую тенденции в развитии информации, опираясь на его идеи в той мере, в которой они мне понятны (Craib, 1992; Kaspersen, 2000).

Об информационном обществе (по крайней мере, непосредственно) Гидденс писал мало. Его не интересовало обсуждение этого вопроса, главным образом потому, что он скептически относился к самой идее такого общества. С его точки зрения, сегодня мы живем в эпоху «радикальной модернизации», отмеченной масш-

табным проявлением особенностей, которые вообще присущи современному обществу. Он даже утверждает: «Хотя обычно предполагают, что мы только вступаем в новую эпоху информации, на самом деле современное общество было “информационным” с самого своего начала» (Giddens, 1987, с. 27). Теоретические построения Гидденса приводят его к выводу, что особое значение, которое приписывается информации, она имела уже в далеком прошлом, а то, что сегодня информация приобрела еще большую ценность, не повод, чтобы говорить о сломе одной системы и возникновении новой, на чем настаивал Дэниел Белл, вводя свое понятие постиндустриального общества. Другими словами, Гидденс считает, что в современном обществе произошла «информатизация» социальных связей, но это не значит, что мы приближаемся к новому «информационному обществу».

Теоретическое наследие

Гидденс считает себя продолжателем дела классических теоретиков общества, прежде всего Карла Маркса, Эмиля Дюркгейма и Макса Вебера. Как и эта великая троица, Гидденс стремится объяснить совокупность изменений, случившихся где-то в середине XVII в., которые обычно называют переходом к новому времени. Цель социологии и само ее возникновение связаны именно с этим разрывом; тогда на месте «традиционного» общества возникло новое с его фабричным производством, бюрократией, урбанизацией, наукой, новым отношением к природе, то есть с множеством новаций в общественных институтах и общественных отношениях, которые мы сейчас называем модернизацией.

Однако Гидденс считает неадекватными объяснения, данные этому феномену отцами-основателями социологии. Маркс полагал, что новое время ознаменовано появлением капитализма, для Дюркгейма ключевым понятием была индустриализация, развитие промышленности, для Вебера — рационализм. Все это, с точки зрения Гидденса, не неверно, а слишком просто. Мы должны, как он считает, признать, что существуют и другие факторы, которые классики либо недооценили, либо проглядели. Гидденс выделяет две особенности современного мира, которые классики не заметили: отслеживание и насилие, с одной стороны, а с другой — война и национальное государство.

Гидденс, конечно, опирается в своей критике на предшественников. Его интерес к отслеживанию во многом связан с работой Мишеля Фуко, а также косвенным образом — с вопросами, кото-

рые поднимал Макс Вебер (O'Neill, 1986). А убеждение Гидденса (Giddens, 1985), что «в целом влияние войн на ход изменений настолько глубоко, что было бы едва ли не абсурдным пытаться объяснить эти изменения, не учитывая роли войн» (Giddens, с. 244), напоминает интерес к «милитаристским сообществам» социолога XIX в. Герберта Спенсера, а также идеи неомакиавеллизма, которые развивали Вильфредо Парето и Гаэтано Моска, они же затрагивали роль власти, принуждения и силы.

Тем не менее только у Гидденса мы находим мысль, что два основных и противоборствующих понятия, введенные для объяснения перехода к современному типу общества — капитализм и индустриализация, — затмили и вытеснили конкурирующие идеи. Оригинальность критики Гидденса во многом состоит в том, что он обратился к идеям Фуко и Спенсера, но при этом связал их с подходом, развитым классиками социологии. Поставив задачу выяснить роль дополнительных факторов эволюции общества, Гидденс попутно сумел по-новому взглянуть и на истоки, значение и развитие понятия информации.

Организация, наблюдение и контроль

Мы должны начать рассказ с основного положения Гидденса. Исходное его утверждение выглядит очень просто (хотя это только на первый взгляд!): мир, в котором мы живем, в гораздо большей степени *организован*, чем тот, на смену которого он пришел. Наша жизнь запланирована и упорядочена так, как она никогда не была упорядочена ранее.

Не нужно делать поспешного заключения, что речь идет о возрастающей несвободе отдельной личности. Вне всякого сомнения, в прошлом условия существования в гораздо большей степени ограничивали человека: голод, превратности в природе, обреченность женщин на частые беременности, прямое угнетение со стороны власти, тяготы повседневной жизни — все это стесняло человека так, что ограничения, испытываемые нами сегодня, выглядят по сравнению с ними сущим пустяком. Поэтому, говоря о «заорганизованности» современного мира, не имеет смысла противопоставлять его руссоистскому «миру, который еще не знал цепей».

Утверждение, что жизнь сегодня в большей степени подчинена рутине и втиснута в установленные рамки, отнюдь не значит, что сегодня мы живем в какой-то тюрьме. Наоборот, как станет ясно чуть позже, укрепление прав и свобод человека как раз и

сопровождалось ростом организованности, хотя сейчас нам важно не это. Но повторим еще раз основную посылку: сегодня жизнь в значительно большей степени упорядочена, чем прежде. Не в последнюю очередь это связано с нашими возросшими возможностями уклоняться от тех ограничений, которые установила природа. Мы, например, научились, соблюдать требования санитарии, избавляясь от выделений собственного тела, сегодня у нас достаточно пищи, но за это пришлось заплатить определенную цену: из объятий природы мы попали в рамки, установленные сложной системой социальных институтов. Появление новых возможностей — достаточного количества пищи и надежной канализации — сопровождалось развитием необходимых организационных структур да было бы просто невозможно без этого.

Стоит только задуматься, и на память приходит огромное количество современных организационных структур. Например, школьная система. Создать нечто такое — уже впечатляющее достижение: сотни и сотни учителей, масса вспомогательного персонала, ученики, которые по всей стране в установленное время приходят в школьные здания и дружно начинают делать нечто, что было заранее предусмотрено расписанием. И так — разве что с небольшими местными отличиями — по всей стране! И весь цикл повторяется изо дня в день и из года в год. Или посмотрим, как мы покупаем продукты, и какая потрясающая организационная система кроется за всем этим. В одну систему обеспечения нас пищей увязана деятельность тех, кто ее производит, пакует, доставляет на рынок, привозит, выкладывает на прилавки и стенды. Ассортимент типичного современного супермаркета включает 16 тыс. наименований товаров, причем многие из них с ограниченным сроком годности, а следовательно, они создают дополнительные проблемы для розничной торговли. То, что такая система вообще работает, уже огромное достижение, и добиться этого результата удалось не так давно.

Организация может быть устроена очень сложно. Движение поездов или автобусов, например, может осуществляться только на основании точного расписания, энергоснабжение зависит от ответственной работы диспетчерской службы. То же относится и к работе телевидения, выполнения денежных расчетов с помощью кредитных карт, производству одежды для торговых сетей и даже к такой тривиальной вещи, как производство кукурузных хлопьев, которые мы едим на завтрак. Совершенно безразлично, задумываемся ли мы над тем, как справляются системы, основанные на «экспертном» знании (Giddens, 1991), с этими проблемами или попросту слепо доверяем их надежности. Факт, что современная

жизнь социально организована в такой высокой степени, какой раньше она никогда не достигала.

Темой данной главы будет одно важное следствие из описанного факта, которое может остаться незамеченным: чтобы такая высокоорганизованная форма общественных связей могла существовать, необходим систематический сбор информации об индивидах и их деятельности. Течение социальной жизни основано на *знаниях о людях*: что они покупают, когда и где, как много им нужно электрической энергии, где и в какое время, сколько людей вообще живет в данном районе, какого пола, возраста, чем они болеют, что предпочитают, сколько могут потратить. Проще говоря, без рутинной слежки за населением не будет и эффективной социальной организации. Поэтому нет ничего удивительного, что количество методов отслеживания активности человека все время увеличивается: тут и перепись населения, и кассовые чеки, медицинские карты и телефонные счета, выписки из банковских счетов и школьные дневники. Число способов учета в нашей жизни растет вместе с усложнением социальной организации, учет и сложность, как сросшиеся сиамские близнецы, растут и развиваются одновременно с модернизацией.

Ключевым в принадлежащей Гидденсу теории рефлексивной модернизации является положение о возрастающей организации социальной жизни (Бекк, 1992). Развивая эту идею, он пишет о том, что из социальной жизни все чаще исчезают «встроенные» элементы. Под встроенными, или фиксированными, элементами понимаются те, которые контролируются не самим человеком, а общиной (деревней, племенем, церковным приходом) или самой природой (сменами времен года, ландшафтом, почвой). Подчиняясь встроенным верованиям или этическим нормам, человек в определенной ситуации делает то, «что должен»; установленные соседями или родной деревней правила поведения непреложны и не обсуждаются, как и безусловные нормы, установленные самой природой (коровы не могут оставаться недоенными, земля — незасеянной). Поведение современных людей принципиально отличается от этой модели: они по отдельности или коллективно выбирают, как жить, касается ли дело партнера по сексу или генетически модифицированного продукта.

Такое развитие событий привело к важному последствию: люди стали отказываться принимать свою судьбу, свою долю как нечто неизбежное, на них больше не действует аргумент, что «это должно делаться так, потому что так делалось всегда». Гидденс утверждает, что мы живем в «посттрадиционном» обществе, в котором все подвергается сомнению, а то и вовсе отвергается. Обратите

внимание на то, как мы выбираем друзей, на наш способ проводить досуг, на то, как мы подвергаем сомнению все моральные нормы или даже «нормы», установленные природой (выращиваем урожай в пустынях, боремся с женским бесплодием и бросаем вызов даже собственному возрасту). Нельзя сказать, что у нас во всех сферах появилась свобода выбора: каждому приходится принимать решения в условиях, которые тем или иным образом ограничивают выбор. Но суть дела в том, что эти ограничения во все большей мере не задаются извне, теперь они социально обусловлены, и сами условия мы тоже выбираем. Тех, кто сопротивляется возможности выбора, мы называем фундаменталистами, они в разных сферах человеческой жизни цепко держатся за догмы, которые оказались под сомнением, это они твердят о «воле Божьей», о «родительской власти», о том, что «женщины должны знать свое место», что «наука доказала» и что есть лишь «одна истинная религия».

Модернизация общества — это увеличение возможностей выбора для его членов, но она же требует на каждом уровне организации общества повышения рефлексивности. Под ростом рефлексивности Гидденс понимает все более полное отслеживание ситуации (состоящее в сборе информации), которое позволяет нам накопить знание, необходимое для того, чтобы совершать выбор, как в отношении себя, так и общества, в котором мы живем. Если сегодня мы выбираем себе религию в соответствии со своими личными убеждениями, то, значит, нам нужна информация о других религиях, чтобы сделать выбор. Все больше и больше людей выбирают себе стиль жизни, который им нравится, поэтому они хотят больше знать о разных стилях жизни, чтобы отказаться от того, который им навязывают. Выбор возможен только в условиях, когда у нас есть информация о существующей и о потенциально возможных ситуациях, к которым данный выбор может привести, поэтому без мониторинга таких ситуаций нам не обойтись. По тем же самым причинам вследствие роста рефлексивности требуется доступ к информации, он же приводит к развитию всех видов СМИ в современном мире.

Если отказ от встроенных элементов повышает рефлексивность, то другим следствием этого отказа становится изменение нашего отношения к будущему. Самое важное здесь то, что на основе сбора и анализа информации мы получаем возможность выбирать свое будущее, руководствуясь принципами оценки рисков. Имеется в виду, что сначала мы наблюдаем за происходящим, затем размышляем над тем, что увидели, а потом определяем, с каким риском связано каждое решение. Каждый, кто собирается вступить в брак, прежде чем принять окончательное решение, поду-

мает, с кем он связывает свою судьбу, а, оценивая риск распада семьи, примет во внимание, например, что этот риск возрастает, если будущие муж или жена уже развелись до этого. Речь идет, конечно, не о каких-то подсчетах, но очевидно, что, принимая столь личное и рискованное решение, человек попытается разузнать о будущем супруге все что можно и где только можно. Из таких же принципов исходит правительство или руководство корпорации, разрабатывая политику в области окружающей среды, транспорта или сельского хозяйства, и тут работает та же схема: отслеживание и сбор информации, а затем ее оценка и принятие решения на основе оценки рисков.

Образ жизни, который мы ведем, исполнен тревог и неуверенности. Но вот ведь в чем парадокс: мы пользуемся гораздо большей свободой и в гораздо большей степени контролируем нашу жизнь, чем наши предки, но в итоге чувствуем себя менее уверенными, мы не знаем, как поступить, в то время как раньше люди поступали «как следует». Детей они воспитывали в почтении к традиции, за дело брались потому, что «это нужно сделать», а к смерти относились, как естественному явлению. Сегодня же родители постоянно озабочены тем, как найти общий язык со своими отпрысками, все время придумывают новые способы выполнения работы, а смерти противятся с помощью медицины, диеты и физических нагрузок. Жизнь в посттрадиционном обществе полна парадоксов, о которых мы еще поговорим, но сейчас подчеркнем, что в этом обществе постоянно существует повышенный спрос на информацию, вызванный, с одной стороны, тем, что все традиционные решения подвергаются сомнению, а с другой — стремлением к более полному контролю на всех уровнях — от политического и корпоративного до личного.

Парадоксы современного общества

Хорошо известно, что большинство социологов относятся к попыткам отслеживать разные стороны человеческой деятельности с подозрительностью. Например, Макс Вебер соглашался с необходимостью бюрократии, но это нисколько не примиряло его с перспективой мира, в котором будут распоряжаться «бездушные спецы и холодные сластолюбцы», он испытывал отвращение к «механической окаменелости» организаций, действующих по писаным правилам, они ему напоминали «железные клетки» (Weber, 1930, с. 181–182). Учитывая распространенность такого отношения — вспомните хотя бы роман «1984» Оруэлла и образ Большого брата,

который следит за каждым нашим шагом, — обратим внимание на то, что можно было бы назвать парадоксами современного общества. Полезно сначала провести различие между *индивидуацией* и *индивидуальностью*. Когда говорят об индивидуации, имеют в виду, что в поле зрения находится каждый отдельный человек, он известен, на него заведена отдельная запись, в которой значатся его имя, дата рождения, адрес, послужной список, полученные им оценки и личные предпочтения. Индивидуальность — а многие аналитики считают, что именно ей и угрожают рост социальной организации и мониторинг, сопровождающий этот рост, — это нечто иное. Это способность распоряжаться собственной судьбой, вести себя независимо, контролировать течение собственной жизни. Критикам кажется, что эта способность не очень-то нравится тем органам, которые осуществляют индивидуацию, и плохо сочетается с их стремлением собрать о человеке побольше информации.

Зачастую индивидуация и индивидуальность смешиваются, причем неоспоримый рост индивидуации толкуется как угроза индивидуальности. Индивидуация, бесспорно, нужна, если мы хотим проводить мониторинг и наблюдение, но накопление сведений об отдельном человеке — его доходах, жилищных условиях и т.п., — в действительности необходимое условие развития его индивидуальности: ведь он же хочет, чтобы к нему относились, как к уникальной личности, он надеется что получит то, без чего он не может проявить себя как индивидуальность и оставаться верным самому себе. Если мы намерены уважать и охранять индивидуальность членов нашего общества, нам нужно знать о них гораздо больше. Известны должны быть хотя бы ваше имя, возраст и адрес, чтобы вы могли принять участие в голосовании. Если мы ставим своей целью, чтобы члены общества были обеспечены жильем и средствами к существованию, чтобы они могли реализовать свою индивидуальность (едва ли одинокий, озябший и нищий человек способен самоутвердиться), то этого можно добиться только после индивидуации, точно зная личные обстоятельства каждого.

Сказанное не исчерпывает тему, целью сбора информации может быть не только удовлетворение потребностей людей. Известно, например, что во многих сферах индивидуация это та основа, которая позволяет организациям, предоставляющим населению высокотехнологичные услуги, сделать эти услуги персонализированными. Индивидуацию осуществляют, например, телефонные сети, где каждый абонент имеет уникальный номер; это позволяет накапливать о нем огромное количество детальной информации, так как каждый звонок регистрируется; известно,

куда звонил абонент и сколько времени продолжался разговор. На основе этой информации телефонные сети, которые в развитых государствах соединяют каждый дом с любым местом на земном шаре, предлагают ряд услуг, которые значительно обогащают жизнь их абонентов (Mulgan, 1991). Соединение происходит одним нажатием кнопки, позволяя людям поддерживать дружеские, семейные и профессиональные связи, то есть те отношения, которые и дают возможность человеку сохранить свою идентичность и индивидуальность. То же можно сказать и о межбанковских сетях. Сейчас у многих людей есть кредитные карточки какой-нибудь платежной системы, и любая операция с такой карточкой может быть отслежена, а индивидуация позволяет построить для отдельного человека профиль его расходов. Мониторинг платежей и покупок отдельного человека и так производится платежной системой, но результаты этого мониторинга можно было бы использовать, чтобы облегчить жизнь всем участникам этой сложной деятельности: на ее основе проще принимать решения о выдаче кредита и значительно упростить процесс повседневных покупок. Это оценили бы все, кто, путешествуя, пытался заказать номер в отеле, взять напрокат автомобиль, обменять иностранную валюту, а то и просто боялся, что его обкрадут.

Но если связать рост информации о людях с ущербом их индивидуальности нельзя непосредственно, то есть еще один парадокс, мимо которого трудно пройти. Мы вышли из мира, где многое значили соседские связи, а создали общество, в котором нас окружают посторонние люди. Для социологии в этом нет ничего нового; о переходе от общинного уклада жизни, характерного для доиндустриальной эпохи, когда связи между людьми имели, как известно, личностный характер, когда жили «одной деревней», к укладу жизни современного урбанизированного общества, говорили уже много раз. Сейчас, когда мы общаемся с посторонними людьми, нам известно о них только то, что один из них водитель автобуса, другой — продавец, третий — торгует газетами. Уже Зиммель* писал о двойственном влиянии этого перехода: мы ощущаем себя дезориентированными в этом новом мире, среди посторонних людей и одновременно свободными от тесных рамок общины. Большой город «расщепляет» человеческую личность, он обезличивает людей, но одновременно и освобождает их от пут деревенской общины. Другими словами, при переходе к городскому образу жизни вы перестаете ощущать на себе пристальный взгляд

* Георг Зиммель (Georg Simmel) (1858—1918) — немецкий социолог и философ. — *Прим. перев.*

соседа, но одновременно ослабевает и тот контроль над вашей жизнью, который на межличностной основе осуществляла над вами община. Переселяясь из деревни в город, человек перестает бояться сплетен, любопытных взглядов, бесконечного выяснения отношений, характерного для соседского общения. В городской среде человек может быть независим, и если он того пожелает, то окружающие будут знать очень мало о его частной жизни, он может сам определять, с кем общаться, он может выбрать нестандартный образ жизни и не бояться осуждения, он анонимен.

Парадокс, однако, в том, что урбанизированное общество значительно более жестко социально организовано по сравнению с сельским. Чтобы существовать, урбанизированное общество должно собирать гораздо более подробную информацию о своих членах, чем традиционное общество. Информация, которой располагает урбанизированное общество об отдельной личности, гораздо более детальна, касается более чувствительных сторон жизни и более прицельна, чем все сведения, которыми располагала доиндустриальная община. Тогда о человеке знали то, что сохранила людская память и что постоянно всплывало в разговорах о нем; на смену этим весьма несовершенным способам сбора и хранения информации пришли другие: сведения собираются и в течение долгого времени накапливаются в виде записей на бумаге и в памяти компьютеров, в интегрированных базах данных, в протоколах телефонных и энергетических компаний, где отмечаются оказанные услуги, в банковских счетах. Сомневающимся в точности и значимости такой информации нужно представить себе, что о них можно узнать из записей платежной системы, регистрирующих все операции с их кредитными карточками. Из этих записей можно узнать, по крайней мере, сколько вы тратите, где, и на что, сколько вы зарабатываете, в какой клуб ходите, где и даже насколько регулярно вы питаетесь (Burnham, 1983, с. 20–48).

В анонимном мире большого города о вас можно собрать даже больше информации, чем в деревне от соседей. В городе легко избавиться от надоедливой слежки близких и друзей, но куда вы денетесь от всевидящего ока налоговой службы, от органов здравоохранения и местной власти. Конечно, большинство проводящихся исследований анонимны, я имею в виду, что большая часть того, что известно о личных сторонах жизни человека (его покупках, сексуальной активности, стиле жизни и политических пристрастиях) не связано с определенным именем, отсутствует индивидуация. Но суть все-таки в том, что люди сегодня, живя среди посторонних, находятся под более пристальным наблюдением, чем раньше, когда они жили в замкнутых общинах, и о них больше

известно, чем раньше. Мы, например, больше знаем об их сексуальном поведении, стремлениях и скрытых мотивах, а также о политических взглядах в данный момент. Все это отдаляет современное общество от доиндустриального, когда таких механизмов сбора информации не существовало. Однако собранная информация, хотя и влияет на наше понимание происходящего и даже на наше поведение, обычно не доходит до уровня отдельной личности, хотя и учитывает полученные от него исходные сведения. Несмотря на свой обобщенный характер, эта информация часто очень существенна для работы различных организаций (для политических партий, для торговых сетей, для семейного планирования и т.п.), она позволяет создать системы с обратной связью. Отдельные люди, получая эту обобщенную информацию от СМИ и от системы образования и лучше понимая жизнь других людей (их чаяния, стиль жизни, сексуальные предпочтения, отношения с детьми), сами совершают более осознанный выбор. И снова парадокс: чем больше мы знаем о других, тем легче нам реализовать потенциал собственной индивидуальности, сделать свой выбор.

Имея в виду дальнейшее изложение, когда мы перейдем к теме растущих масштабов слежки за населением, нам нужно будет иметь в виду то, что было сказано о парадоксах и противоречиях современной жизни, в противном случае легко будет впасть в манихейскую ересь (Lyon, 2001). Ведь чем больше за нами следят (тем самым неизбежно ограничивая нашу личную свободу), тем больше возникает структур, которые хотели бы ограничить и нашу независимость. Первая наша реакция: «Как это ужасно!», но это реакция поспешная и упрощенческая. Особое возмущение вызывает роль во всем этом государства, и это основная тема данной главы. Но постараемся все-таки воздержаться от поспешных и поверхностных выводов.

Национальное государство, насилие и слежка

Пытаясь объяснить феномен все более широкого использования методов наблюдения за населением и появления жестких организационных структур, Гидденс обращает особое внимание на роль государства. Я хотел бы задержаться на этой теме, но сначала выделю одно обстоятельство, на важность которого многократно указывал сам Гидденс. Он подчеркивал, что, говоря об обществе, мы на самом деле имеем в виду национальное государство. Изучая современное общество, реально мы рассматриваем его в границах

современной Великобритании (если мы британцы), а когда хотим сравнить различные общества, то на самом деле сравниваем различные страны (например, Великобританию и Соединенные Штаты). В большинстве случаев, приравнивая общество к государству, мы не совершаем особой ошибки, но нужно иметь в виду, что эти термины отнюдь не синонимичны. Национальное государство — это очень специфический вид общества, которое в мировой истории возникло только в Новое время.

Понятие национального государства сформировалось только в конце XVII — начале XVIII в., и хотя оно сыграло главную роль в том, что мы называем современным миром (Gellner, 1983), оно все-таки является артефактом и должно изучаться как таковой. Национальное государство — это не общество вообще, это только специфический тип общества с присущими ему особенностями. Далее в сжатом виде мы представим точку зрения Гидденса на эту проблему. Он настаивает, что с момента своего появления национальное государство было территориально ограничено, существовала политическая власть, которая действовала в границах этой территории, причем информация выполняла здесь особую роль. Поэтому с момента своего зарождения национальные государства — это информационные общества, которые как минимум должны знать, кто является их членом, а кто — нет. Гидденс считает, что национальное государство должно располагать как «аллокативными ресурсами» (т.е. что-то предписывать, планировать, администрировать), так и «властными ресурсами» (т.е. иметь власть и осуществлять контроль), и хотя в современном обществе эти ресурсы имеют тенденцию объединяться в одно целое, необходимым условием их использования было отслеживание членов общества и их деятельности. Отсюда вытекает, что

Современные общества с момента их возникновения были «информационными обществами». В своей основе все государства — «информационные общества», поскольку государственная власть подразумевает рефлексивный сбор, хранение и управление информацией, которая необходима для администрирования. Но особенностью национального государства является высокая степень интеграции его административных функций, а это в свою очередь требует более высокого уровня информационного обеспечения.

(Giddens, 1985, с. 178)

Таким образом, если мы определяем информационное общество как такое, в котором информация играет ключевую роль, то

примеры таких обществ нужно искать среди национальных государств, поскольку у них есть определенные границы и суверенитет над территорией внутри этих границ, а следовательно, и необходимость в постоянном и систематическом слежении за этой территорией.

Пока это выглядит слишком абстрактно. Нам нужно в деталях разобраться, почему национальное государство так зависит от сбора и хранения информации. Это даст нам возможность понять, как в истории Нового времени появились отдельные формы информации. Для этого нужно будет остановиться на основных чертах национального государства.

Во-первых, заметим, что *современный мир состоит из национальных государств*. Это не значит, что мы недооцениваем значения такого процесса, как глобализация (Гидденс уделяет ему много внимания). Я тоже касался этого вопроса в главе 4, но сейчас в центре моего внимания связь между разделением современного мира на национальные государства и критически важными особенностями современной жизни. Среди этих особенностей — роль, которую играет национальное государство для сохранения идентичности большинства, если не для всех людей. Для большинства национальная принадлежность («я — британец, француз, немец, американец») — существенная черта. Национальная идентичность — вещь сложная и запутанная — основа многих политических течений. У нее есть светлая сторона, которая выходит на первый план, когда люди смотрят футбольный матч по телевизору и от души желают победы национальной сборной или аплодируют представителям своей страны на Олимпийских играх. Есть и темная сторона, когда национализм оборачивается воинственностью, расизмом, автократией. «Этнические чистки» в Югославии напомнили нам, каким опасным может быть это явление. Но везде национальные государства в большей или меньшей степени влияют на идентичность отдельного человека, конструируя для него мифическое прошлое из легенд и литературных образов, поддерживая традиции и праздники, культивируя обычаи и рисуя карикатуры. Исследованию этих «коллективных идентичностей» посвящена обширная литература (Schlesinger, 1991), причем все согласны, что эти идентичности — характерная примета современности.

Но сколько бы ни пытались поставить под сомнение подлинность национальной идентичности, остается фактом, что она сыграла исключительно важную роль в современной истории. Даже марксисты вынуждены признать, что массы много охотнее шагают под национальными флагами, чем под лозунгом «Пролетарии

всех стран соединяйтесь!»). Кроме того, решение вопроса, кто принадлежит данной нации, всегда сопровождается рассуждениями, кто к ней не принадлежит. С юридической точки зрения тут нет особых вопросов, нужны только паспорт и гражданство, но в сфере культуры, когда заходит речь о чувствах, значениях и идентификациях, начинаются проблемы.

Нет ничего удивительного в том, что национальное государство способствовало сохранению людьми своей идентичности, ведь современный мир, появление которого мы неявным образом отождествляем с началом индустриализации, возник и консолидировался в то же время, что и национальное государство. Основоположники социологии утверждали, что национальное государство и национализм отомрут по мере индустриализации или экспансии капитализма. Но этого не произошло. Наоборот, само национальное государство потребовало для своего развития стремительного роста капиталистических отношений, стимулируя в то же время развитие национального сознания.

Более того, национальное государство стало решающим фактором в развитии экономических и социальных отношений. Здесь нужно вспомнить о фискальной политике, о модели образования, о сложных вопросах, связанных с укреплением законности и правопорядка. Отсюда вытекает и то значение, которое стало играть национальное государство в жизни людей. В то же время нужно трезво взглянуть на историю национального государства: оно возникло относительно недавно. Мы так привыкли к присутствию государства, что оно нам кажется очень древним институтом. Даже «старые» национальные государства возникли всего лишь два столетия назад, и — это следует подчеркнуть — не в их нынешних границах. Соединенному Королевству менее 300 лет, и его составляющие — Шотландия, Уэльс, и особенно Северная Ирландия, — время от времени пытаются выйти из него. Стоит вспомнить о событиях 1989 г. в Европе, чтобы понять, насколько изменчивы национальные государства: чего стоит распад Советского Союза, объединение Германии, разделение Чехословакии. Один взгляд на карту Европы, и мы убедимся, что едва ли есть хотя бы одно государство, в котором не существовало бы угрозы сепаратизма, а если мы посмотрим на Ближний Восток, то окажется, что там национальные государства (Йемен, Кувейт, Иордания, Израиль, Оман, Саудовская Аравия) вообще возникли несколько десятилетий назад, причем большинство — на племенной основе.

Я особенно подчеркиваю важность национального государства для социально-экономической организации общества и для обре-

тения идентичности его членами, одновременно указывая на новизну и хрупкость этого образования, с тем чтобы потом перейти ко второй ключевой особенности такого рода государств. Эта особенность в том, что *подавляющее большинство национальных государств возникли в условиях войн и сохранились потому, что имели достаточную силу защищать себя*. Иначе говоря, война и готовность к войне — вот основные составляющие национального государства. Как бы мы ни подходили к истории Великобритании, один факт очевиден: Акт об унии, заключенный в 1707 г., появился на свет в результате победы над кельтской периферией, а условием его заключения стало появление сильного правителя, который сумел поставить под свой контроль баронов, до этого пользовавшихся независимостью, и обеспечить стране определенную защиту от внешнего вторжения. Если речь идет о более позднем периоде истории Великобритании, то нужно вспомнить о созданной ею империи. Тогда национальное государство впечатляющим образом продемонстрировало свою готовность защищать заморские территории и существенным образом изменило национальное самосознание (кто-то еще может вспомнить карту мира, по которой дети даже в 60-е годы учили географию: карта была покрыта «красным британским» цветом).

О том, насколько существенны были для нас информационные ресурсы в эпоху колониальной империи, напоминает Бенедикт Андерсен. Он описывает те «институты власти» (с. 163), которые играли ведущую роль в формировании национальной идентичности и облегчили завоевание колоний. Этими институтами, которые были тесно связаны друг с другом, стали карты и переписи населения. Карты глубоко воздействовали на воображение колонистов (Anderson, 1983, с. 175) и оказывали существенную помощь в колониальной политике. Совершенствование процесса составления карт, точное вычисление долгот и широт, было необходимо для завоевания территории: нужно же было знать военным, куда двигаться. А без переписи населения трудно было понять, кто отдает приказы и кто должен им подчиняться. Как пишет Андерсон, военные мечтали о возможности «отслеживать все», о «тотальной классификации, которая охватывала бы бесконечное разнообразие явлений, над которым правительство осуществляло или было намерено осуществлять контроль: людей, регионы, религии, языки, изделия, памятники и т.д.» (с. 184).

Вопрос о связи национального государства с вопросами войны и мира имеет и менее драматическую сторону. Из самого определения суверенитета над данной территорией следует, что прави-

тельство должно обеспечить как минимум целостность государства в данных границах. Проще говоря, готовность к войне (т.е. умение внушить соседям уверенность, что они встретят отпор) — непременное условие существования национального государства, и в течение новой истории этот принцип многократно был доказан на деле.

Третья ключевая особенность национального государства тесно связана с рассмотренной. В XX в. стало ясно, что *в современном мире вопросы войны и мира в гораздо большей мере затрагивают все общество*, чем прежде. На поверхностном уровне это значит, что в современной войне участвует большая часть населения, чем это было ранее. Отсюда обязательная военная служба и массовая мобилизация в годы войны. С этим связан и значительный рост военных потерь, как среди сражающихся сторон, так и среди местного населения. Одним словом, теперь на войне убивают и калечат гораздо больше людей, чем раньше. Поворотным пунктом в изменении приемов ведения сражений обычно считают Первую мировую войну (Fussell, 1975): таких боевых потерь мир ранее не знал. События XX в., однако, продемонстрировали, что самые серьезные потери несет мирное население, так как новые приемы ведения войны не позволяют населению укрыться от воздушных и прочих нападений. Боевые потери Великобритании в 1939—1945 гг. были существенно меньше, чем в 1914—1918 гг., но в последней войне погибло свыше 45 млн человек, и большая их часть не носили формы (Gilbert, 1989, с. 745—747). В России, Польше, Югославии и Германии потери населения составили около 10%.

Если внешняя сторона вопроса сводится к возросшей жестокости войн, которые привели к огромным жертвам среди мирного населения, то есть еще и другая, скрытая сторона. Теперь войны оказывают гораздо более сильное влияние на всю социальную ткань общества. Во-первых, нужно указать на связь между развитием производства и подготовкой к войне. Как писал Гидденс (Giddens, 1985), исследуя связь между подготовкой государства к войне и ростом в стране производства химических веществ, энергии и развитием машиностроения, уже в ходе Первой мировой войны и сразу же после нее было замечено, что «основным источником развития промышленности (и армии) является широкомасштабная интеграция науки и технологии» (с. 237). Отсюда следует, что возможности ведения войны в очень значительной степени зависят от способности промышленности производить снаряжение, необходимое для ее ведения. Понятие «военная промышленность» приобрело ключевой характер в XX в. Период,

начавшийся в 1914-м и закончившийся в 1970-е годы, был периодом «индустриального метода ведения войны», определяющими особенностями которого стала мобилизация ресурсов и установление тесных связей между промышленным производством и военной мощью страны (Kennedy, 1988).

От индустриального образа ведения войны к информационному способу

Предшествующее поколение стало свидетелем заката индустриального образа ведения войн, на смену которому постепенно, но во все ускоряющемся темпе приходит тот, который можно назвать информационным. При этом способе ведения войны информационная составляющая приобретает гораздо больший вес, ее роль становится более ясной, а масштабы использования — более широкими, чем в эпоху индустриального образа ведения войн. В наши дни информация возникает в результате отслеживания поведения противника (или потенциальных противников), учета собственных ресурсов и ресурсов противника, управления общественным мнением у себя в стране и за границей. Информация пронизывает всю структуру военной машины, идет ли речь об использовании спутников для наблюдения за противниками, о компьютерах, которые хранят данные и оценивают любые потребности армии, об «умном» оружии, которое запрограммировано так, что стрелку остается только «выстрелить и забыть». Таким образом, информация теперь — это не только забота разведки, собирающей сведения о противнике и его ресурсах, сейчас она заложена в самом оружии и в системах, принимающих решения.

Перечислим несколько отличительных признаков информационного способа ведения войны (Libicki, 1995).

- Вооруженные силы (преимущественно Соединенных Штатов и НАТО) рассредоточены по всему земному шару, для *командования и управления* этими ресурсами созданы исключительно сложные и надежные автоматизированные системы. Среди этих систем особую роль играет система командования и управления ядерными вооружениями, а также компьютеризованная система связи, способная передавать информационные потоки, которые нужны сегодня для ведения боевых действий, и осуществлять их защиту (Bracken, 1983). Подобные системы, с одной стороны, обеспечивают военное превосходство, а с другой — представляют наиболее уязвимое место в обороне, так как удар потенциально-

го противника будет направлен в первую очередь против систем командования и управления.

- ◆ После распада Советского Союза и устранения угрозы прямого конфликта сверхдержав появилась надежда, что в будущем конфликты примут форму, которую Мануэль Кастель (Manuel Castells, 1996) назвал мгновенными войнами (с. 454–461); он имел в виду, что это будут короткие столкновения (конечно, если речь не идет о гражданских войнах, они по очевидным причинам едва ли будут такими), когда активные боевые действия продолжаются только несколько дней или недель, и в этих войнах Соединенные Штаты (НАТО и (или) силы ООН) одерживают быструю победу в силу огромного превосходства в военных ресурсах.
- ◆ Это значит, что война больше не потребует мобилизации населения (по крайней мере, если речь идет о великих державах, целью которых будет «чистая война», не причиняющая вреда их собственному населению). В этих войнах державы будут делать ставку на использование относительно немногочисленных профессиональных солдат, пилотов и вспомогательных сил. Это было бы сдвигом в сторону использования «интеллектуальных бойцов» (Toffler and Toffler, 1993); термин указывает, что основная роль будет принадлежать не вооруженным людям и даже не тем, кто сам нажимает на курок, а тем, кто обслуживает сложные вычислительные комплексы: боевые самолеты, системы сбора данных и наведения.
- ◆ Особое внимание уделяется «управлению восприятием» войны населением в собственной стране и во всем мире. Это особенно важная задача, если речь идет о демократических странах, где общественное мнение — важный фактор в военных усилиях, где возможность прихода к власти военных вызывает страх и существуют пацифистские настроения, поскольку отношения населения к войне может серьезно повлиять на боевой дух войск. Кроме того, существуют распространенные опасения негативной реакции населения на «неправильную» подачу сведений о войне (поэтому избегают показывать, например, окровавленные тела погибших, а рассуждают вместо этого о «точных ударах по оправданным целям»). Конечно, это заставляет командование тщательно планировать поступление сведений с поля боя и вообще о ходе военных действий, а также пытаться управлять информацией, но при этом избегать любых подозре-

ний в цензуре, поскольку это нанесет урон репутации демократических государств с их свободой слова, а кроме того, подорвет доверие к тем сведениям о войне, что все-таки сообщаются. Управляя восприятием, приходится обеспечивать непрерывный поток «позитива» и в то же время представлять информацию как результат работы независимых телеграфных агентств. Образцом первоклассного «управления восприятием» стало освещение СМИ войны 1991 г. в Персидском заливе: война привлекла внимание огромного числа СМИ. Передаваемая ими информация с театра военных действий была, по существу, совершенно «стерильной», до такой степени, что Жан Бодрийяр (Baudrillard, 1991) написал: утверждение «войны в заливе никогда не было» — истинно. Это была его реакция на то, как искусно союзники управляли телевидением и прессой.

- ♦ Информационный способ ведения войны требует использования *совершенных технологий*. Наиболее характерно это для вооруженных сил Соединенных Штатов, которые располагают колоссальными возможностями (соответственно и военные расходы в бюджете Соединенных Штатов — сейчас это свыше 300 млрд долларов в год — превосходят бюджеты как всех его потенциальных противников, так и нейтральных стран, вместе взятых). На это же косвенно указывает следующая цифра: треть всех расходов британского министерства обороны на закупку военной техники (сейчас это около 15 млрд долларов в год) идет по статье «Системы командования и информации». Если мы сложим эту сумму с расходами по статьям «Вооружение и электронные системы» и «Военно-воздушные системы», то это составит половину всех расходов на оборону.
- ♦ Технологии ведения «кибервойны» *информационно-насыщены*. Уже сейчас мы можем говорить, что все поле боя оцифровано, хотя компьютеризацией охвачено не только оно, но и все системы командования и управления (Barnaby, 1986; Munro, 1991).
- ♦ При информационном способе ведения войны больше не требуется тотальной мобилизации граждан и промышленности. Для ведения таких войн необходимо *использовать в военных целях самые последние достижения техники*: электроники, вычислительной техники, телекоммуникаций и аэрокосмической отрасли.
- ♦ Информационный способ ведения войны по ряду причин требует тщательного планирования, но цель этого плани-

рования состоит в том, чтобы придать гибкость ответным действиям на действия противника, тогда как при индустриальном образе ведения войны планы были громоздкими и негибкими. Теперь колоссальные потоки информации и создание программируемых систем вооружения позволяют использовать сложные системы планирования войны, предназначенные для того, чтобы придать вооруженным силам прежде всего «мобильность, гибкость и способность быстро реагировать на меняющуюся ситуацию» (*Secretary of State for Defence*, 1996, § 171). Использование теории игр, моделирования (часто сопровождающегося созданием зрительного образа с помощью сложных систем визуализации) и системного анализа стали неотъемлемой частью информационного образа ведения войны, так же как и применение планирования «в условиях неопределенности» (Oettinger, 1990).

- Требования гибкости планирования приводят к тому, что во многих отношениях война, основанная на изложенных принципах, должна быть запрограммирована заранее без участия тех, кто принимает непосредственное участие. По словам директора Национального университета обороны (*National Defense University*) США, сегодня и в будущем «принятие многих решений будет полностью автоматизировано» (Alberts, 1996). Отчасти это вызвано скоротечностью событий на современном театре военных действий: после того как запущена ракета, решение о ее перехвате и уничтожении должно быть принято как можно скорее, и только компьютер это сделает быстрее, чем человек (Rochlin, 1997, с. 188–209). Таким образом, оценка ситуации и принятие решения теперь прерогатива не военных, а технологий.

Войну в Персидском заливе, которая продолжалась пять недель с января по февраль 1991 г., назвали «первой информационной войной» (Campen, 1992). «Буре в пустыне» были присущи уже многие особенности из перечисленных, начиная с того, что гражданское население Соединенных Штатов, главного участника конфликта, не подвергалось в ходе нее практически никакой опасности, и кончая тщательной организацией операций, которая позволила союзникам перебросить 500 тыс. персонала (большая часть которого не должна была принимать непосредственного участия в боевых действиях) и материальную часть за несколько тысяч миль с мест их базирования к местам боевых действий. При этом действия войск союзников отличались большой гибко-

стью: начиная с поразительно быстрого продвижения через пустыню в Кувейте и кончая «дружественным» освещением событий прессой. Позднее эту войну назовут «событием, которое получило самое широкое освещение в СМИ за всю историю человечества» (Zolo, 1997, с. 25–26).

Запад вмешался в этот региональный конфликт, поскольку увидел в нем угрозу своему доступу к запасам нефти, но, конечно, еще и потому, что Саддам, вторгшись в Кувейт, совершил акт агрессии, направленный против этой страны и ее народа. Но все-таки кажется, что решающими были экономические соображения, поскольку одновременно стало известно о куда более грубых нарушениях прав мирного населения в бывшей Югославии, но тогда ведущие державы испытывали колебания и сомнения, стоит ли им вмешиваться, и в результате опоздали со своей помощью (Rieff, 1995).

Вооруженные силы союзников были несравненно лучше оснащены и подготовлены к войне, чем иракцы, что и отразилось на соотношении потерь воюющих сторон: около 300 погибших у американцев и англичан и от 30 до 60 тыс. у противника; многих из них перестреляли, как куропаток, когда они под огнем отступали в Ирак по дороге на Басру. Для Ирака война продолжалась 42 дня, в течение которых на него обрушилось больше огня, чем было выпущено в течение всей Второй мировой войны.

Битва в пустыне стала наглядным доказательством превосходства информационного образа ведения войны и «технофилии в военном искусстве» (Stix, 1995, с. 74). В ходе боевых действий использовались «стелсы», незаметно для радаров подкрадывавшиеся к противнику, бомбы с лазерным наведением и ракеты «Пэтриот», которым удавалось перехватывать иракские ракеты среднего радиуса действия, запущенные по Израилю и Саудовской Аравии, и, конечно, «самая масштабная из созданных когда-либо информационная система типа СЗІ*, которая связывала между собой не только войска США в Персидском заливе, но и эти войска с пунктами их базирования на территории самих Штатов, с национальным командованием в Вашингтоне и с другими силами коалиции» (Richlin, 1997, с. 180).

Корреспондент журнала «Экономист» (Morton, 1995), описывая события войны в Персидском заливе, отмечал:

* СЗІ — сокращение от Communications, Command, Control and Intelligence — система связи, командования, управления и разведки. — *Прим. перев.*

Ключевую роль [в победе союзников] сыграло превосходство в системах связи, которая связывала спутники, самолеты радиолокационного наблюдения, штабистов, командиров на поле боя, танки, бомбардировщики, корабли ВМС и многое другое. Она позволяла союзникам все время опережать противника в том, что касалось наблюдения, ориентации, принятия решений и боевых действий. Все это было увязано в единое целое и позволяло союзникам действовать с поразительной скоростью и как бы постоянно обходить противника с фланга. Был использован совершенно новый подход к организации вылетов авиации: одновременно ставились тысячи полетных заданий, предусматривавших нанесение ударов по сотням целей, причем список целей обновлялся каждые 72 часа, и в него могли быть внесены изменения даже тогда, когда самолет был уже в воздухе. Иракские радары были ослеплены, а система радиосвязи выведена из строя.

(Morton, 1995)

Отслеживание и национальная оборона

После завершения холодной войны, которая отбрасывала такую мрачную тень на все события послевоенного периода, некоторые сочли, что в мире больше нет факторов, которые оправдывали бы лихорадочную деятельность оборонных ведомств. Но не тут-то было. Нам важно понять, что хотя холодная война и давала прекрасный предлог для разведывательной деятельности, «сама разведывательная деятельность является необходимым условием существования современной государственной системы» (Whitaker, 1992, с. 121). Поскольку основная обязанность правительства — защита государственных границ, у него всегда будет ненасытная жажда знать обо всем, что могло бы нанести ущерб национальным интересам, и не только вид коммунистического монстра возбуждает у него «информационный аппетит». Оправдать желание следить за всем могут государства-изгой, террористическая угроза и даже антикапиталистическое движение. В результате появляются колоссальные системы, использующие несколько взаимосвязанных технологий для постоянного мониторинга всех событий и действий во всем мире, как в гражданской, так и в военной сферах (Richelson and Ball, 1986). Созданная по инициативе США система перлюстрации электронной почты и факсимильной связи Echelon может, например, хранить в своей памяти 5 трлн страниц текста (Bamford, 2001).

Кроме компьютеров стержнем систем наблюдения стали спутники. Однако эти системы неизбежно скрыты от глаз общественности, секретность необходима, чтобы обеспечить их безопасность. Они остаются безмянными, непроницаемыми, действующими в национальном и мировом масштабе системами обмена сообщениями между оборонными ведомствами (Burrows, 1986). Секретные службы считают, что они всегда находятся под угрозой противника и злоумышленников. Постоянно настороженные, они всегда боятся и подозревают, и чем больше они боятся, тем сильнее изолируют себя от общественного контроля (Knightley, 1986).

Механизм слежки направлен не только против внешнего врага. Поскольку национальное государство постоянно опасается нападения изнутри (представьте, что стало бы со страной, если бы «пятая колонна» захватила ее электростанции), оно всегда готово искать «подрывные» элементы. Занятая поиском врага внутри страны британская секретная служба *MIS* (*Military Intelligence Service*, контрразведка) создала при своей штаб-квартире объединенный вычислительный центр (*Joint Computer Bureau*), в котором хранятся 20 млн записей и файлов, содержащих сведения об 1 млн человек, и сеть из 200 терминалов, с которых можно обратиться к центральному компьютеру сети (Campbell and Connor, 1986, с. 274). Из утечек информации и случающихся время от времени скандалов известно, что слежка ведется за активистами профсоюзов, многими членами парламента от лейбористской партии, деятелями движения за ядерное разоружение, преподавателями и работниками СМИ, не считая тех, кого и так можно было бы считать объектами слежки (Leigh, 1980; Massiter, 1985; Hollingsworth and Norton-Taylor, 1988). Контрразведка действует совместно со Специальной службой*, а следовательно, ее сеть сбора информации охватывает всю страну. Службы безопасности имеют также доступ к ряду банков данных, включая главный вычислительный центр полиции, к базе данных налогоплательщиков, файлам *British Telecom* и министерства здравоохранения.

В итоге мы видим, как принятая национальным государством обязанность сохранять целостность страны в ее границах становится мощной силой, приводящей к росту систем слежения. В мире, разделенном государственными границами, неизбежно возникает тенденция к созданию эффективного механизма обороны. А по-

* Отдел Департамента уголовного розыска, выполняющий функции политической полиции и занимающийся охраной королевской семьи и высших должностных лиц в Великобритании. — *Прим. перев.*

сколько нации часто попадают в ситуацию конфликта с соседями (хотя бы потенциального), им постоянно приходится эти системы изменять и совершенствовать. Но при любых изменениях постоянным остается желание копить, систематизировать и использовать самую современную информацию о реальном или предполагаемом противнике внутри страны и за ее пределами.

Режимы прав человека

Развитие информационного образа ведения войны, для которого так важно «управление восприятием», приводит к парадоксальным эффектам. С одной стороны, постоянно совершенствуются методы пропаганды. С другой стороны, получить нужный эффект от их использования становится все труднее, поскольку СМИ и средства коммуникации стали настолько развитыми, что использовать их для распространения нужной информации и только в нужном направлении становится все сложнее. Как профессиональная этика, так и циничное отношение к источникам информации приводит к одному и тому же результату: журналисты со все большим скепсисом относятся к якобы достоверным рассказам о ходе военных действий. Конечно, журналисты сами могут быть пристрастными или стать препятствием на пути распространения правды, отдавая предпочтение одной из версий происходящего. Нужно, однако, заметить, что тем, кто сейчас принимает непосредственное участие в военных действиях, очень сложно рассказывать о них. Конечно, о протестах против войны на родине СМИ все равно расскажут, возможно, что журналисты нападающей стороны даже окажутся в том месте, куда во время конфликта направлены удары их соотечественников (и не исключено, что именно с этого места они и будут вести свои репортажи), поэтому неприятные сообщения о развитии военных действий все равно появятся. Во время Балканской войны 1999 г. было много примеров этого: Джон Симпсон вел, например, для *ВВС* из Белграда репортажи, которые вызывали у правительства сильное раздражение.

Заметьте, что разнонаправленные потоки информации предшествуют переходу конфликта в открытую форму и могут играть важную роль в его развитии. Сейчас в мире возникла определенная чувствительность к нарушению прав человека в любой точке земного шара, хотя этому утверждению пока трудно придать точный смысл (Robertson, 1999). Появление этого чувства связано с рядом факторов: распространением репортажей как жанра, телевизионным документальным фильмам, современным формам туризма, влиянием таких организаций, как «Международная ам-

нистия» (*Amnesty International*), ЮНИСЕФ, Красный Крест и «Врачи без границ» (*Medecins Sans Frontieres*). Цели этих организаций не вполне совпадают, они говорят не одно и то же, но все они побуждают осознать: у человека — существа, которого Джон Юрри (Urry, 2000) называет гражданином мира, — есть универсальные, неотъемлемые права. Его нельзя ни в коем случае подвергать репрессиям и пыткам, преследовать за религиозные убеждения, он имеет право на национальное самоопределение, демократию и т.д. Конечно, защитников прав человека можно упрекнуть в том, что права, которые они отстаивают, довольно расплывчаты и неконкретны. Это все так, но сомнения существенно не сказываются на приверженности этим правам, а приверженность приводит к убеждению, что «нужно что-то делать», идет ли речь о голодающих детях, о жертвах природных катаклизмов и даже тех, кто стал жертвой военной агрессии.

Тот же эффект вызывают глобализация и распад коммунистического блока: эти процессы ослабляют национальные государства и стимулируют возникновение более широких объединений, в которых доминирующим становится понятие прав человека. Дэвид Хелд и его соавторы (David Held *et al.*, 1999) пишут о распространении «режимов прав человека». В этой связи стоит вспомнить и о призыве к «общечеловеческой» (*cosmopolitan*) войне против Сербии в связи с ее политикой в Косове, призыве, с которым выступили такие люди, как Юрген Хабермас и Ульрих Бек, о преследовании и аресте бывшего диктатора Чили Пиночета в 1998 и 1999 гг., о военной интервенции Великобритании в Сьерра-Леоне в 2000 г. Продолжающиеся аресты и судебные преследования военных преступников даже спустя несколько лет после завершения войны на Балканах, учреждение в Гааге Международного уголовного трибунала по бывшей Югославии — все это проявления того же «режима прав человека».

Другим важным следствием глобализации и завершения периода «холодной войны» стало постепенное исчезновение прежних источников конфликтов, в частности, конфликтов, связанных с претензиями на территорию и на природные богатства. Пытаясь отразить эту новую тенденцию, Гидденс в одной из своих работ (Giddens, 1994) использовал выражение «государства без врагов», добавив при этом, что войны в наше время часто возникают не из-за вызова, который приходит государству извне, а из-за фундаментализма разных мастей, который существует в самой стране, хотя он редко отражает общенациональные интересы. Тому есть много примеров, и в каждом случае мы видим попытку фундамен-

талистов снять неопределенность нашего неопределенного по природе мира. В частности, претензии к расовым, религиозным или этническим группам основаны на восходящем к глубокой древности родословном или традиционном владении территорией. Попытки добиться удовлетворения этих претензий приводят к тому, что какие-то группы оказываются лишенными вообще всяких прав и изгнанными отовсюду. На примере Балкан мы видели, к каким серьезным нарушениям прав человека могут привести идеи фундаментализма, а эти нарушения в свою очередь вызывают озабоченность более широкого сообщества, которое в конце концов и вмешивается в дела суверенного государства.

Такое вмешательство представляет собой существенное нарушение сложившегося международного порядка, который придавал особое значение территориальной целостности государств. Внутри страны граждане могли испытывать ужасные притеснения, но до определенного времени едва ли можно было себе представить, чтобы правительства других стран (по крайней мере, до тех пор, пока под угрозой не оказались их собственные границы или жизненно важные интересы) пытались бы оказать помощь жертвам притеснений на территории другого суверенного государства. И все-таки НАТО, у которого не было ни стратегических, ни корыстных интересов в Косове, вмешалось в конфликт. Возможно, этого бы и не произошло, если бы ужасающие события в Боснии, которые предшествовали конфликту в Косове, не получили широкого освещения в СМИ. Возможно, самым заметным из этих событий стала резня, учиненная сербским ополчением в Сребренице в июле 1995 г., где чуть ли не на глазах миротворческих сил ООН погибли 7000 сдавшихся мусульман, мужчин и подростков. Так что в том, что касается мотивов, вмешательство стало со стороны НАТО беспрецедентным шагом.

Такое развитие событий резко отличалось от подхода мирового сообщества к тому чудовищному положению, в котором на протяжении десятилетия находились евреи в нацистской Германии. Тогда страны демонстрировали крайнее нежелание вмешиваться во внутренние дела Германии до тех пор, пока под угрозой не оказались их собственные границы или границы их союзников. Но и тогда, и об этом стоит помнить, война велась против Германии как агрессора, вторгшегося на чужую территорию, а не потому, что ее противники хотели положить конец политике геноцида, которая проводилась в государствах оси. Существуют документы, свидетельствующие о том, что союзные государства очень неохотно предоставляли убежище еврейским беженцам не только до войны, но даже в военное время до «Хрустальной ночи» и даже после этого

кошмара и окончательного решения еврейского вопроса только 10% евреев-беженцев из Германии получили политическое убежище в Британии (London, 2000; Lacquer, 1980).

При информационном способе ведения войны все больше приходится думать не о вопросах стратегии или захвата территории, а об информационных составляющих войны, поскольку сегодня именно этот аспект организованного насилия приобретает критическое значение. Особое значение из этих составляющих имеет распространение своего рода универсализма, который отрицает право государств вести себя в собственных пределах так, как им вздумается. Здесь можно присоединиться к словам Гавела (Havel, 1999), который писал: «Кажется, что усилия поколений демократов и развитие цивилизации привели человечество в конце концов к признанию того факта, что человек важнее государства».

Системы слежения и права гражданина

Мы рассмотрели одно следствие, к которому привела озабоченность государства проблемами военной мощи, — государство стало создавать системы отслеживания всего и вся. Хотя развитие событий носило противоречивый характер: свою роль сыграли глобализация и появление информационного способа ведения войны. Но существует и другая причина, которая подталкивает государство развивать системы слежения, она тоже косвенно связана с вопросами войны и мира, хотя и вызывает меньше мрачных ассоциаций. Речь идет об озабоченности государства тем, как человек приобретает гражданство страны и тем самым получает определенные права и берет на себя некоторые обязанности, а также контролем за тем, как он выполняет свои обязанности и пользуется своими правами. В национальном государстве вместе с утверждением прав и обязанностей укрепляется понятие и о демократической форме правления.

Чтобы лучше это понять, нужно вернуться к истокам национального государства. Поскольку оно обычно возникало в результате войн, причем часто длительных и междоусобных, первой задачей суверенной власти, которая устанавливалась на определенной территории, был то, что Гидденс называет внутренним усмирением. Проще говоря, чтобы защищать внешние границы, нужно было сначала добиться порядка и стабильности внутри самой страны. Без сомнений, в эти дни «внутреннее усмирение» могло приобретать форму вооруженного насилия, но для того чтобы вы-

жить и сохраниться в течение долгого времени, от государства требовалось много больше. Государство должно было как минимум знать своих подданных: кто они, каков их возраст, пол и где они живут, и не в последнюю очередь потому, что государство видело в них потенциальных рекрутов, необходимых для обороны от иноземного вторжения. Потом национальному государству потребовалось учитывать своих подданных, чтобы создать эффективную систему сбора налогов. Обе эти потребности привели к тому, что все национальные государства в той или иной форме стали проводить переписи населения. Таким образом, наблюдение за собственным населением — врожденная черта национального государства.

Известна история развития мониторинга государством собственного населения. В конце XIX и в начале XX в. мир стал свидетелем бурного расцвета государственной статистики, методы ее сбора постоянно совершенствовались, начиная с регулярно проводимых переписей населения и до публикации отдельных данных об успехах народного образования и уровне занятости, например, по регионам Соединенного Королевства (Hacking, 1990). Неоспоримо, что собранная таким образом информация — очень действенный способ понять, как изменяется общество, но решающими факторами при проведении такого рода исследований становятся потребности национального государства, которое берет на себя сбор налогов, организацию народного образования, а иногда даже выработку экономической стратегии для отдельных регионов. Гидденс формулирует это следующим образом: «Административная власть, порожденная национальным государством, не может осуществляться без информационной базы, которая является средством саморегулирования власти» (Giddens, 1985, с. 180).

Однако я несколько забегаю вперед. Основным фактором развития национального государства, как мы уже видели, оказывается необходимость использовать военную силу для защиты собственных границ, а поэтому нужно хотя бы приблизительно знать состав населения, иначе не удастся собрать налоги и призвать под ружье мужское население, чтобы сдержать натиск врагов, а время от времени и самим попробовать что-нибудь захватить. Но требуется еще что-то. Чтобы заставить молодежь сражаться, отстаивая интересы государства, нужно не только дать ей знания и работу. Национальное государство должно предложить ей нечто более осязаемое.

Конечно, на ратный подвиг бойцов могут подвигнуть и национальные чувства, а то и прямое насилие, которое в прошлом широко применялось при вербовке рекрутов (в форме экономического или физического принуждения со стороны вербовщиков).

Не отрицая этого, Гидденс, который использует здесь идеи Т. Маршалла (Т. Н. Marshall, 1973), указывает, что государство и его подданные заключают своего рода контракт. В обмен на участие в течение нескольких лет в защите страны контракт предлагает солдату определенные *гражданские права*: например, право на защиту от иностранного посягательства, право иметь паспорт, который позволяет ему беспрепятственно въезжать в страну, и на поддержку дипломатических учреждений страны во время пребывания за границей.

«Контракт» с национальным государством становится источником ряда гражданских прав и обязанностей. Выполнение его также требует слежения: государство должно знать, пользуются ли его граждане правами и выполняют ли они свои обязанности. Для этого государству приходится создавать дополнительный административный аппарат. Так, собственно, и возникает современное демократическое государство, в котором этот аппарат слежения развит особенно сильно. В частности, еще и потому, что администрирование гражданских прав и обязанностей требует индивидуации его населения. В списки избирателей заносятся данные о возрасте и адреса всего населения; общественным службам нужны детальные сведения о гражданах: об их жилищных условиях, о медицинских картах, об иждивенцах; налоговая служба создает гигантские досье, в которых есть данные о доходах каждого человека в Соединенном Королевстве; государство год за годом накапливает сведения об учащемся школа, фиксируя его достижения, полученные знания, переходы из класса в класс и из одного учебного заведения в другое; программы борьбы с самыми тяжелыми последствиями бедности требуют сбора колоссальной информации о тех, кому в рамках этих программ полагается поддержка. Как отмечают Пэдди Хиллард и Джейни Перси-Смит, «системы социального обеспечения в наибольшей мере занимаются слежкой за населением, поэтому именно здесь постоянно возникают новые методы классификации, сбора информации и ведения учета» (Paddy Hillyard and Janie Percy-Smith, 1988, с. 172).

Риски, связанные со слежкой

Приверженность национального государства к слежке за всем и вся, связана ли она с проблемами безопасности или с правами и обязанностями его граждан, порождает массу проблем. Если речь идет о сторонниках неограниченной личной свободы, то их, прежде всего, тревожит то, что в руках анонимных бюрократов накапливается огромное количество сведений о людях, они недовольны

тем, что спутники-шпионы не признают никаких национальных границ. Уже очень много опубликовано материалов, в которых рассматриваются такие проблемы, как создание полицией досье на граждан, которые могут быть использованы, например, при отборе жюри присяжных или даже привести к незаконному задержанию.

Но настоящую тревогу вызывают два взаимосвязанных вопроса. Во-первых, власть может получить доступ к данным, которые собирали с совершенно иными целями. Например, полиция может заглянуть в ваше личное дело на работе, в медицинскую карту или в банковский счет. Во-вторых, объединение информации, содержащейся в разных базах данных. После того как большинство записей, которые ведутся государством (и далеко не только им), стали электронными, появилась возможность объединения информации, которая до этого хранилась порознь. Хотя на пути такого объединения поставлены некоторые препятствия, потенциальная угроза остается: на человека можно составить «электронный паспорт», который будет содержать полную картину его жизни. Если бы существовали организации, у которых был бы доступ одновременно к сведениям, почерпнутым из медицинской карты, из классного журнала, из налоговых деклараций, из записей о вашей трудовой деятельности, из ваших банковских счетов и из полицейской картотеки, то такие организации смогли бы построить сложный и детальный профиль вашей личности. Конечно, правительственные чиновники, которые рады бы повысить эффективность и качество контроля за населением, очень бы обрадовались такой возможности, но результатом стало бы дальнейшее усиление слежки за населением, которая и так уже всюду ведется.

Здесь появляется еще один способ охарактеризовать современность, используя метафору паноптикума (Lyон, 1994). Первым этой идеей воспользовался Фуко (Foucault, 1975), заимствовав ее у Джереми Бентама, который предложил свой способ строить тюрьмы, госпитали и сумасшедшие дома (Himmelfarb, 1968). Идея Бентама состояла в том, чтобы стражи располагались в центральной, затемненной комнате и могли наблюдать за узниками или за пациентами, каждый из которых занимал бы одну из отдельных, освещенных камер, расположенных вокруг комнаты охраны. Фуко использовал эту архитектурную идею как метафору современного образа жизни, только в реальности каменные стены не нужны. Современные электронные технологии позволяют наблюдать за людьми так, что они об этом даже не догадываются.

Здесь легко впасть в преувеличения (не в последнюю очередь потому, что не так много есть надежных сведений, относящихся к

этой материи), во всяком случае, было бы ошибкой предполагать, что в «дисциплинарном обществе» (Foucault) те, кто оказались «под колпаком», не состоянии общаться с другими объектами наблюдения. Ясно, однако, что существенная доля информации, собранной у граждан, например в ходе переписей, становится доступной им самим, она позволяет им осознать собственное положение в обществе, перспективы и стиль их жизни. Например, информация об уровнях дохода, преступности и количестве разводов полезна не только для государственных чиновников, но и для обычных людей, которые пытаются понять, как им жить и что предпринять в этой жизни.

Однако не стоит отказываться от понятия паноптикума, потому что оно напоминает нам о неумемной жажде государства знать все и о том, как тесно связана власть и аккумуляция информации. Мануэль Де Ланда, размышляя о сборе информации военными, упоминает «о зрячей машине». Он имеет в виду радиоперехват и съемки территории противника со спутников, то и другое осуществляется в автоматическом режиме. Создатели программного обеспечения для подслушивания создали как бы сеть, которая улавливает все сообщения, относящиеся к определенной категории, а спутники снимают и отслеживают все, что попадает в их поле зрения. Де Ланда описывает сложные программы, которые позволяют компьютерам дешифровать полученные со спутников снимки, на которых запечатлено практически все, что попало в поле их зрения, а также системы, созданные для того, чтобы анализировать перехваченные сообщения. Пытаясь в обобщенном виде представить тенденции развития этой техники, он пишет о создании виртуального «панспектрона» — «так можно было бы назвать новый механизм, который пришел на смену оптическому наблюдению для сбора разведывательной информации» (Landa, 1991, с. 205).

Подобный механизм вызывает дрожь, и он не выдумка авторов научно-фантастических романов. Его появление — логическое следствие императива слежки, который отражает саму суть национального государства (Gandy, 1993) и условия, в которых мы живем. Давайте признаем, что наблюдение — неотъемлемая часть современного общества и «у нас нет простой и очевидной программы, как справиться с этой проблемой» (Giddens, 1985, с. 310). Остается согласиться с Гидденсом, что слежка не объясняется ни «капитализмом», ни «индустриализацией». Приходится принять точку зрения (опять-таки Гидденса), что «тоталитаризм остается угрозой» во всех промышленно развитых странах, поскольку слежка «достигла максимальных масштабов в современных государствах» (с. 310).

Слежка со стороны корпораций

Большая часть этой главы была посвящена слежке, которая осуществлялась от имени государства. Однако если работа Гидденса привела нас к более ясному пониманию природы слежки, которую ведет за нами государство, то нам не нужно забывать и о другой заинтересованной в слежении за всеми и вся стороне — о корпорациях. И Гидденс напоминает о той роли, которую в этой слежке играет капитал, бросая едкое замечание: «При капиталистическом способе производства отслеживание — ключевой элемент менеджмента» (Giddens, 1987, с. 175). Вполне можно было бы отстаивать точку зрения, что менеджмент — это открытие XX в. — представляет собой, в сущности, разновидность информационной работы, в задачу которой входит внимательное наблюдение за сферой деятельности корпорации, составление оптимального плана действий и использование стратегий, которые дадут возможность акционерам получить максимальную прибыль от сделанных инвестиций (Robins and Webster, 1989, с. 34–52). Один из основных специалистов в области корпоративного управления Ф. Тейлор (F. W. Taylor, 1947) считал, что *raison d'être* менеджера — стать специалистом по информации, в идеальном случае единственным, кто наблюдает, анализирует и планирует деятельность капиталистического предприятия.

Отправной точкой и основной проблемой для Тейлора была организация производственного процесса, она всегда вызывала трудности, но стала особенно сложной, когда предприятия в конце XIX в. и начале XX в. стали огромными и на них работала масса народа. Обширная литература посвящена тому, как корпоративный капитал справился с этой проблемой, занявшись научной организацией труда (см. например, Braverman, 1974; Noble, 1977), при этом менеджерам было поручено стать «мозгом» (Taylor) организации, осуществляя наиболее эффективный контроль над предприятием, которым им было поручено руководить.

Сегодня менеджер не только внимательно следит за производственным процессом, от него требуется еще многого другого. Сегодня в поле зрения менеджмента находится не только производственный процесс (Fox, 1989). Чтобы понять, что еще относится к его обязанностям, нужно уяснить, что в XX в. корпоративный капитализм изменился, по крайней мере в трех отношениях. Во-первых, в чисто пространственном отношении: крупные корпорации действуют, по меньшей мере, в общенациональном масштабе, но зачастую и в транснациональном. Во-вторых, число корпораций сократилось, и они превратились в значительно более крупных

игроков на рынке, чем прежде: обычно на одном сегменте рынка доминирует небольшое количество организаций. В-третьих, хотя этого можно и не заметить, корпорации гораздо прочнее связаны теперь с обществом, они создали свои филиалы, которые присутствуют чуть ли не в каждом городе, они теперь уже многое не производят сами, предпочитая покупать полуфабрикаты и услуги на стороне.

Одно из основных следствий этих процессов, которое можно было бы назвать «приобщением [корпораций] к обществу» (Trachtenberg, 1982), состоит в том, что менеджеры, которые хотят эффективно работать в новой среде, должны полагаться на собранную информацию. Таким образом, чтобы управлять корпорацией, теперь нужно не ходить по цехам, а научиться собирать информацию. У этого процесса есть несколько сторон: следить приходится как за колебаниями курса валют, так и за политической ситуацией в ряде стран, но я подробнее остановлюсь на работе с потребителями.

О стремлении менеджмента знать как можно больше о потребителях своей продукции можно судить по возрастающему количеству исследований рынка, которые проводятся как в самих корпорациях, так и за их пределами. Методы проведения таких исследований могут быть различными: анкетирование, интервью, исследования общественного мнения. Тщательное изучение отношения потребителя к продукту начинается задолго до его запуска в производство, иногда даже на стадиях проектирования и разработки. Эти методы становятся все более изощренными, по мере того как исследователи рынка больше узнают о «стиле жизни» потенциальных и реальных потребителей (Martin, 1992).

Близкую по характеру деятельность ведут кредитные бюро, которые наряду с исследованиями финансовых возможностей потребителей часто составляют для своих корпоративных клиентов списки потенциальных покупателей. Кредитные бюро не слишком охотно рассказывают об этой стороне своей деятельности, но большинство читателей, наверное, удивлялись, неожиданно получив письма от неизвестных им компаний, которые, по-видимому, купили их адреса у других организаций. Связь здесь очень простая: если список адресов ведет гольф-клуб, то этот список представляет интерес и для фирм, которые специализируются на организации отдыха любителей гольфа, и тех, кто продает спортивную одежду. Приобретение баз данных — это дешевый способ получить данные о людях, о которых уже что-то известно на основе предшествующих исследований (хотя закон о защите данных (*Data Protection Act*) ограничивает возможность торговли такими данными).

Важно отметить широкий сбор такой информации в процессе распространения различного рода электронных технологий. Кроме того, мы обязаны Дэвиду Бернхэму, который несколько лет назад обратил наше внимание на феномен системной информации, которая очень тесно связана с распространением в нашем обществе отслеживания разного рода деятельности. Это «новая категория информации, возникшая с появлением возможности автоматически вести протоколы, в которых отмечаются самые обыденные действия почти каждого человека» (David Burnham, 1983, с. 51): отметка в таком протоколе возникает, когда человек отвечает на звонок, обналичивает чек, использует кредитную карточку, делает покупку в магазине, берет напрокат автомобиль или даже включает канал кабельного телевидения. Системная информация отражает его повседневные действия, человек выполняет их, не задумываясь, когда щелкает выключателем или набирает телефонный номер. Однако, если свести воедино возникающую попутно информацию, то с ее помощью корпорация сможет построить детальную картину стиля жизни своего потребителя: кто он, когда и как долго он говорит по телефону; где он делает покупки и что именно покупает, как часто он покупает определенные товары и сколько он при этом тратит.

У этого всего есть, конечно, и мрачная сторона, но здесь я хочу подчеркнуть, что такое наблюдение имеет практический смысл и ценность для делового мира. Системная информация, которая создается попутно с покупкой и оплатой товаров через компьютеризованную кассу, позволяет компании точно знать, что было продано, сколько это заняло времени, где это произошло, а для менеджера это очень существенно. А если покупатель использует при этом кредитную карточку, то информация становится еще более ценной, поскольку позволяет построить профиль расходов данного потребителя, его предпочтения в еде и в одежде, места, где он делает покупки. Такая форма отслеживания может помочь фирме улучшить стратегию продаж, позволить вести очень прицельную рекламную кампанию, обращаясь к определенной группе потребителей.

Заключение

В этой главе я попытался, опираясь на труды Гидденса, выделить основные направления рефлексивной модернизации и явления, сопутствующего ей, — отслеживания и отдельных его видов, вклад которых в создание информации возрос за последние годы. Необходимость в системе слежения возникает в национальном го-

308

сударстве, озабоченном проблемами войны и безопасности, а вместе с тем — гражданских прав и обязанностей. Одновременно с мутацией способа войны, от индустриального к информационному, появилось стремление использовать самые последние информационные технологии, совершенные средства слежки и управления информацией. Глобализация, однако, приводит к тому, что надежное управление восприятием становится чрезвычайно сложной задачей, и все труднее придавать соседнему государству образ врага. Труднее стало во многом из-за появления понятия «режим прав человека», который, правда, сам может стимулировать военные усилия глобальных структур (или во всяком случае структур надгосударственных), таких, как ООН или НАТО. Растущие масштабы использования корпорациями методов отслеживания поведения потребителей (эти методы еще далеко не полностью изучены) приводят и парадоксальным результатам, поскольку распространение отслеживания сопровождается требованиями придания деятельности самих корпораций прозрачности и ведет, в свою очередь, к усилению наблюдения за поведением самих корпораций. Итак, мы видим, что рефлексивная модернизация оказывается двуликим Янусом.

Основная мысль данной главы состояла в том, что распространение отслеживания не обязательно идет по сценарию Оруэлла, хотя и об угрозе появления «Большого брата» тоже не нужно забывать. Отслеживание, возникшее как элемент рефлексивной модернизации, можно рассматривать и как средство повышения уровня организации нашего общества, и оно способно, как это ни странно, повысить его управляемость, прозрачность и позволить сосуществовать в нем различным стилям жизни.

9

ИНФОРМАЦИЯ, ПОСТМОДЕРНИЗМ И ПОСТСОВРЕМЕННОСТЬ

Тема этой главы одновременно привлекает своей смелостью и отталкивает своей расплывчатостью. Приставка *post* наводит на мысль о решительном разрыве с прошлым и приходе новой эры. Тема вызывает интерес еще и потому, что постмодернизм и общество постсовременности напоминают о взглядах тех, кто считает, что мы стоим на пороге нового информационного общества. Но при этом суть идеи приводит в замешательство своей неконкретностью, поэтому определить, что же понимается под постсовременностью и постмодернизмом, очень сложно. Эти понятия не определяют, а описывают, причем постоянно ссылаются на противопоставление, дискурсы, иронию и пр. Постмодернизм присутствует как бы всюду (в архитектуре, науке и даже в отношении к самому себе), и в то же время нигде, так как слова, использующиеся для его описания так многозначны, что просто невозможно понять, о чем идет речь.

Однако исследовать эту оригинальную, но вызывающую протест идею нам все-таки придется, хотя бы уже по тому, что постмодернизм указывает, по крайней мере, на две причины, по которым информация играет особую роль в «постобществе». Во-первых, философы-постмодернисты рассматривают роль информации (и коммуникации) как отличительную черту новой эпохи. Во-вторых, ведущие авторы, примыкающие к этому направлению, такие как Жан Бодрийяр и Ролан Барт, анализируют понятие информации в совершенно иных терминах, нежели другие авторы, которые пишут об информационном обществе. Говоря об информации, они не используют экономические категории, не упоминают об изменениях в структуре занятости, не касаются обмена информацией во времени и пространстве. Информация интересует их как система знаков и символов. Они пишут о быстром развитии средств массовой информации, гипнотическом воздействии этих средств, разнообразии медийных форм, видеозаписях и кабельном телевидении, рекламе и моде, об интересе к человеческому телу, тату и

граффити. Они привлекают наше внимание к особенностям повседневной жизни, в которой мы окружены океаном знаков и символов (пожалуй, лучше сказать, погружены в этот океан). Тут у сторонников идей постмодернизма есть много общего с теми, кто пишет о новом информационном обществе, и это совпадение заслуживает пристального внимания.

Поэтому в данной главе я собираюсь обсудить связь информации с концепцией постмодернизма. Я хотел бы сосредоточиться на именах нескольких известных выразителей его идей, таких как Жан Бодрийяр, Жан-Франсуа Лиотар и Марк Постер, поскольку они уделяли особое внимание информационным аспектам постмодернизма. Но до этого я хотел бы попытаться определить более или менее понятным образом, что же все-таки понимается под постмодернизмом. Это задача не из легких, поскольку, как мы убедимся, очень сложно определить реальное содержание учения, которое отрицает саму реальность! И, наконец, я остановлюсь на дискуссии, которая ставила своей целью понять природу постмодернизма как результата определенных социальных и экономических процессов. В ходе этого обсуждения такие философы, как Дэвид Харви и особенно Зигмунт Бауман и Фредерик Джэймсон, говорили об обществе постсовременности как о возникшем в результате определенных сдвигов, о которых можно говорить в терминах социологии.

Нужно сразу сказать, что позиция исследователей, которые пишут о ситуации постсовременности (ее еще можно назвать обществом постсовременности), принципиально отличается от позиции таких философов, как Бодрийяр, отвергающих любые теоретические построения, в которых содержатся попытки применить для объяснения настоящего испытанные временем понятия социологии прошлого. Поэтому нужно различать позицию Дэвида Харви (Harvey, 1989b), который писал, что, с одной стороны, есть постсовременность как социальная действительность, а с другой — то, что о ней думают постмодернисты. Он писал, что мы действительно живем в изменившемся мире, поэтому можно говорить о постсовременности как об обществе, отличающемся от существовавшего ранее, но при этом возникают сомнения, можно ли использовать для объяснения социальных процессов в таком обществе категории ортодоксальной социологии. Сейчас это замечание не кажется особенно важным, в нем хочется видеть только методологический изыск, но когда мы займемся анализом постмодернизма вплотную, станет очевидным, что вопрос, можно ли использовать в отношении нового общества привычные методы социологии, даже

современной социологии, весьма существенный. От него зависит, в состоянии ли профессиональные социологии поддержать взгляды постмодернистов или нет (Best and Kellner, 1997).

Постмодернизм

Постмодернизм — это одновременно интеллектуальное движение и наша повседневность: то, с чем мы сталкиваемся, когда смотрим телевизор, выбираем, в чем выйти на улицу, или слушаем музыку. То, что объединяет эти совершенно разные проявления, — наше отрицание сформировавшегося в новое время отношения к этим актам поведения. Конечно, отказываясь думать и поступать так, как было принято на протяжении нескольких столетий, мы бросаем нашему прошлому дерзкий вызов.

Содержание этого вызова во многом определяется тем, что мы считаем *современностью* и где для нас начинается постмодернизм. К сожалению, многие из упомянутых философов даже не пытаются уточнить, что они имеют в виду, говоря «современность» и «постсовременность», или обращают внимание только на отдельные черты явлений. До сих пор в социальных науках под современным миром понимали результат определенных изменений в науке, производстве и мышлении. Обычно возникновение современного общества связывали с эпохой Просвещения, которая знаменовала собой распад феодального и земледельческого общества в Европе и повлияла на развитие событий едва ли не во всем мире. Постмодернизм провозглашает конец общества Просвещения.

Некоторые аналитики считают, что речь идет не об обществе в целом, а только о культуре, поскольку постмодернисты интересуются в основном изобразительным искусством, эстетикой, музыкой, архитектурой, кино и т.д. (Lash, 1990). В этом случае нет всеобъемлющего противопоставления современного общества постсовременности, а проводится лишь граница между модернизмом в искусстве и постмодернизмом. Более того, если ограничиться только культурной сферой, то разрыв с модернизмом в смысле современного общества приобретает совсем другой смысл, поскольку Модернизм — это слово уместно было бы начинать с заглавной буквы — это всего лишь направление в искусстве конца XIX — начала XX в. (импрессионизм, дадаизм, сюрреализм, атональная музыка и пр.), которое противопоставило себя классической культуре. Модернизмом называют целый ряд направлений в живописи, литературе и музыке, для которых характерен отказ от классических

форм, от стремления искусства предшествующей эпохи подражать действительности. Вспомните, например, таких классиков английской литературы XIX в., как Диккенс, Элиот, Харди с их реализмом, стремлением писать романы, как «сама жизнь», или живопись этого периода, когда художники стремились добиться портретного сходства изображения с изображенным человеком. Писатели-модернисты вроде Джойса и художники вроде Пикассо порвали с традицией своих предшественников.

Но при такой трактовке постмодернизма мы наталкиваемся, по крайней мере, на две трудности. Первая связана с хронологией. Современная история в Европе начинается в середине XVII в., тогда как Модернизм — явление гораздо более позднее, да и сама классическая культура — продукт современной истории. Если принять во внимание, что современность старше Модернизма, да к тому же в понятие современной эпохи входит целый ряд изменений иного характера — от фабричного способа производства до определенного типа мышления, — то вопрос связи между современным обществом и Модернизмом несколько не проясняется. Здесь может возникнуть по меньшей мере серьезная путаница понятий. Как же все-таки соотносятся, с одной стороны, модернизм и постмодернизм, а с другой — современное и постсовременное общество? Может быть, первое противопоставление просто вытекает из второго?

Вторая проблема состоит в том, что постмодернизм, как мы увидим, вовсе не представляет собой решительного разрыва с Модернизмом как культурным явлением, поскольку в основе постмодернистской культуры лежит тот же отказ от подражания действительности.

Если интерпретировать постмодернизм исключительно в терминах культуры, можно прийти к выводу, что приставка *пост* мало что значит, она связана с относительно ограниченным кругом общественных явлений, а сам постмодернизм является, в сущности, развитием Модернизма. Такая суженная трактовка постмодернизма не подразумевала бы перехода к новой эпохе постсовременности, не давала бы оснований считать, что постмодернизм — полное отрицание современности. Такая интерпретация поможет понять позицию некоторых участников дискуссии, их трактовку двух противопоставлений — современности и постсовременности, с одной стороны, и модернизма и постмодернизма — с другой, и эту трактовку нужно иметь в виду. Однако пользы от такой трактовки не много, большинство спорящих друг с другом не ограничиваются ею, хотя их внимание действительно приковано к явлениям культуры. Они придают очень большое значение проблемам

культуры, так как ее роль стала более существенной, чем когда-либо ранее, но идут дальше и считают, что постмодернизм есть разрыв с современной историей. Поэтому, начав с моды или архитектуры, философы-постмодернисты очень быстро переходят к критике всех реалий современного общества, по крайней мере, в той мере, в какой они согласны видеть за сконструированными ими символами вообще какие бы то ни было реалии. Например, постмодернисты категорически не согласны с тем, что телевизионные новости отражают действительность «такой, какая она есть». С их точки зрения, новости не говорят нам, что «происходит действительно». Они, впрочем, также считают пустыми претензиями и утверждения социологов, что они постепенно накапливают информацию о том, как ведут себя люди в обществе. В той же мере, в какой постмодернисты не согласны с тем, что культура в символической форме отражает действительность, они отвергают и мысль, что наука исследует основные направления изменений в обществе, постмодернисты настаивают, что сегодня мы должны решительно порвать с 300-летней традицией научной мысли.

Поэтому бесполезно пытаться загнать постмодернизм в узкие рамки размышлений о культуре: его адепты совершенно не согласны с такой интерпретацией. Наоборот, постмодернизм заявляет о себе как об интеллектуальном движении и как о явлении, с которым мы постоянно сталкиваемся в повседневной жизни, явлении столь новом, что можно говорить о конце целой эпохи и начале новой. Попытаемся разобраться в этом.

Постмодернизм как интеллектуальное течение

Как течение мысли постмодернизм характеризуется, прежде всего, тем, что противопоставляет себя той интеллектуальной традиции, которую принято называть Просвещением. Просвещение всегда видело свою задачу в том, чтобы найти *рациональные* основы социальных процессов и поведения отдельного человека. Постмодернизм, который испытал сильное влияние Фридриха Ницше (1844–1900), с большим подозрением относится к любым попыткам объяснить развитие общества ссылкой, например, на такой фундаментальный процесс, как модернизация, и точно так же отвергает любые объяснения поведения отдельного человека, лежащими в основе этого поведения, «мотивами».

Постмодернизм последовательно выступает против каждой попытки объяснения мира, которая состоит в редукции наблюда-

емых изменений в обществе и в поведении человека к каким-то рациональным причинам. Постмодернисты расходятся с философами Просвещения в основной предпосылке: те считают, что они в состоянии открыть такие причины поступков человека и изменений в обществе, которые лежат в их основе и в то же время скрыты как от тех, кто в этих изменениях принимает непосредственное участие, так и от тех, кто совершает поступки. Постмодернисты эту предпосылку отвергают.

Постмодернисты не приемлют того, что они называют тотальными объяснениями, или, если использовать терминологию Жан-Франсуа Лиотара, «великими сказаниями». С этой точки зрения все попытки объяснить мир, в котором мы живем, предприняты ли они Марксом или британскими вигами, радикалами или консерваторами, если они используют такие понятия, как «развитие цивилизации», «становление капитализма», «силы прогресса», должны быть отброшены. Конечно, верно, что все эти и другие теории пытаются выявить основные тенденции и движущие силы человеческого развития, и эти силы предполагаются умопостигаемыми. Но для постмодернистов это неприемлемо по нескольким взаимосвязанным причинам.

Первый, часто используемый довод, на котором основано неприятие, состоит в том, что все это теоретические конструкты, а не результат тщательного исследования исторического процесса. Сомнению подвергается то, что исследователи, принимающие предпосылку Просвещения, что мир познаваем, в состоянии описать его рационально и беспристрастно. Выбор самих категорий, в которых осуществляется описание, утверждают постмодернисты, искажен предвзятым отношением наблюдателя, это отнюдь не беспристрастное изложение исторических фактов. Этот род возражений стал уже аксиомой постмодернизма и очень хорошо известен. Исследователей обвиняют в том, что все их претензии на объективность несостоятельны, так как они не могут интерпретировать только то, что действительно видят. Пытаясь объяснить собранные факты, они «конструируют знание».

Второй и третий доводы, на которых основаны возражения, свидетельствуют, что система аргументации постмодернистов не тривиальна. Они утверждают, что анализ «великих сказаний», которые претендуют на открытие «истины», обнаруживает пристрастность: выводы и рекомендации из них неявно должны придать ходу событий определенное направление (или, по крайней мере, повысить вероятность такого развития событий). Но обвинения состоят не только в том, что «тотальные объяснения» социальных сдвигов являются замаскированными попытками придать настоя-

щему и будущему определенный облик, но и в том, что ход истории разоблачает и дискредитирует эти попытки.

Поскольку сказанное выглядит несколько абстрактно, позвольте привести несколько примеров. Рассмотрим, например, теории развития общества, которые считают, что основной движущей силой истории выступает стремление к получению максимальной прибыли при минимальных вложениях капитала. В этом данные теории видят рациональное начало изменений в обществе. Суть дела не в том, что в какие-то исторические периоды и в каких-то отдельных обществах этот принцип не работает, такие случаи можно рассматривать как отдельные отклонения от основной тенденции развития. Просто такой подход к истории — взять хотя бы теории модернизации общества — построен, как видно, на попытках так экстраполировать тенденции прошлого, чтобы повлиять на современные и будущие события. Формулируя принцип «получать больше, давать меньше» и утверждая, что он торжествует всегда, идеологи должны часто (если не всегда) брать на себя ответственность за то, что они манипулируют событиями или облегчают воспроизведение такого порядка вещей. Это серьезное соображение, по крайней мере, по отношению к многим теоретикам, которые пытаются повлиять на развитие событий в третьем мире на основе своего понимания принципов экономического роста на Западе.

Обвинение в пристрастности против тех аналитиков, которые считают, что установили движущие силы изменений, подтверждается тем, что теории этих аналитиков и опирающиеся на их построения практические рекомендации дискредитировали себя. Утверждается, например, что эти рекомендации ухудшили положение слаборазвитых стран (тут и наступление пустынь, и кислотные дожди, и чрезмерная урбанизация, и экономики, которые оказались в зависимости от уровня цен на международном рынке сельскохозяйственной продукции), и принцип «получать больше, давать меньше», который пришел в противоречие с требованиями экологии, поставил под угрозу выживание человека и животного мира планеты Земля, а «зеленая революция», которая должна была привести к изобилию продуктов питания за счет использования достижений современной науки, на самом деле вызвала социальные потрясения, безработицу среди сельскохозяйственных рабочих и зависимость стран от состояния мировых рынков.

Еще чаще вспоминают о крахе марксистского «великого сказания», которое видело первопричину исторических изменений в классовой борьбе и капиталистическом накоплении. Выделив эти факторы изменений, философы-марксисты сочли, что на смену им должен прийти фактор более высокого порядка. Они отстаивали точ-

ку зрения, которая опиралась на их исторические исследования, что на смену капитализму должна прийти новая форма общественного устройства (коммунизм), которая возьмет от капитализма все лучшее и позволит преодолеть его пороки.

Однако марксистские претензии на понимание истинных причин социальных изменений оказались несостоятельными, это стало очевидно после распада Советского Союза, и еще более ясно — после того как стали известны ужасы ГУЛАГа, ленинского и сталинского периодов истории. Марксизм сегодня — это интеллектуальное построение, к которому некоторые испытывают слабость, это «язык», на котором желающие могут изложить свое видение мира. Доверие к этому учению сильно подорвано. Дэвид Селбурн, сам бывший марксист, заметил по этому поводу: «После разоблачения пророка интеллектуальный мир [марксизма] пережил крушение» (Selbourne, 1993, с. 146).

Для таких постмодернистов, как Лиотар, история нового времени искажена не столько даже «великими сказаниями», сколько ложными претензиями Просвещения. Фашизм, коммунизм, холокост, суперсовременные военные технологии, Чернобыль, СПИД, эпидемическое распространение сердечных заболеваний, рака, вызванного воздействием окружающей среды, и т.д. — все это (и еще многое другое) есть не что иное, как плоды Просвещения и практические следствия из «сказаний» о прошлом, в которых утверждалось, что у исторических изменений есть рациональные причины, как бы мы их ни называли: национализмом, классовой борьбой, чистотой расы или научно-техническим прогрессом. Сталкиваясь с такими результатами применения теорий общественного развития, постмодернисты объявляют «войну тотальным учениям» (Lyotard, 1979, с. 81), отказываются от любых построений, которые ссылаются на «истинные» причины исторических изменений. С их точки зрения, любые попытки выделить движущие силы истории «не заслуживают доверия вне зависимости от того, являются ли они чисто спекулятивными или рассказывают историю эмансипации [разумного субъекта]» (с. 37).

Для постмодернизма вообще характерно крайне подозрительное отношение к любым претензиям на «истинность» выводов, от кого бы эти претензии ни исходили. Ссылаясь на явную ошибочность созданных до сих пор «великих сказаний», указывая на их явную «сконструированность» (сколько бы исследователи ни ручались за их объективность), постмодернисты уже не просто подозревают любую тотальную теорию. Они их все категорически отрицают, придерживаясь релятивизма, ссылаясь на множественность описаний любой действительности, настаивая на том, что истины

нет, есть только ее различные версии. Как сказал Мишель Фуко, постмодернисты считают, что «в каждом обществе есть свое представление об истине, свойственная ему «общая политика» правды, т.е. в обществе существуют типы дискурса, которые приемлемы для него и выполняют функцию правды» (Foucault, 1980, с. 131–132). Сами постмодернисты считают, что им удалось избавиться от «смирительной рубашки Просвещения», прекратить погоню за истиной и тем самым обрести свободу *различий*: в анализе материала, объяснении и его интерпретации.

Постмодернизм как социальное явление

В обществе постмодернизм как интеллектуальное течение имел успех, его положения стали перефразировать и употреблять в расширенном смысле. И здесь мы имеем дело уже не с философией, а с особенностями новейшей истории. Чтобы оценить, насколько точно подмечены эти особенности, не обязательно соглашаться с постмодернистской критикой идей Просвещения, хотя ясно, что если мы действительно вступаем в эпоху постсовременности, то философские идеи постмодернистов найдут какое-то отражение и в социальной действительности. Больше того, люди, которые читают эту книгу, тоже живут в постсовременности и, наверное, захотят сопоставить ее описание, приведенное далее, с собственным опытом и наблюдениями. Мне самому кажется, что выявить и признать в нашей обыденной жизни черты постсовременности не так уж и сложно, хотя постмодернистам придется еще изрядно потрудиться, чтобы убедить нас поддержать проект философии постмодернизма в целом.

Постмодернисты начинают с того, что бросают вызов всему в нашей жизни, к чему можно применить термин «современные», ко всем современным принципам и подходам (Kroger and Cook, 1986). Слово «современный» здесь, конечно, ярлык, который навешивается на такие явления, как планирование, организация и функциональность. Постмодернисты постоянно в оппозиции ко всему, что исходит от влиятельных групп в обществе: бюрократов, политиков, проектировщиков, которые опираются на авторитет, основанный на опыте, высшей мудрости или знании истины. Эти группы просто навязывают другим свои объяснения действительности. «Почему, например, дизайнеры решают, что “действительно” модно и элегантно, на каком основании они устанавливают для нас всех стандарты одежды и поведения?» — бро-

сают вызов постмодернисты привилегированному положению культуры. По тем же причинам им претит принцип функциональности: «самый эффективный» способ возведения зданий кажется им даже не выражением принятого инженерами способа осмысливать действительность, а просто попыткой группы профессионалов навязать другим людям свои ценности.

Здесь явно прослеживается свойственная постсовременности тенденция без особого уважения относиться ко всякого рода авторитетам. Это нечто вроде простонародной насмешки над всеми, кто пытается навязать обычному человеку определенный образ поведения. Особо нужно отметить антипатию постмодернистов к эстетическим нормам, основанным на представлении о «хорошем вкусе» или «принятой традиции». Речь идет, скажем, о попытке влиятельного литературного критика Ф. Ливиса (1895–1978) отобрать лучших английских романистов в его книге с показательным названием *The Great Tradition* (1948). Ливис отнес к ним Джейн Остин, Джорджа Эллиота, Генри Джеймса и Джозефа Конрада, их он считал классиками литературы. На это постмодернисты отвечают: «Если вас берет за живое Джеффри Арчер*, то зачем вам слушать этих профессоров?»

Все, кто пытаются устанавливать какие-то стандарты, подвергаются насмешкам. Пусть тот же Ливис утверждает, что его оценка писателей «справедлива» и основана на внимательном чтении английской прозы, постмодернисты тут же заявят, что литературные критики как раз и зарабатывают тем, что выставляют оценки писателям, и что сочинительство для них — источник престижа и карьеры, поэтому ни о каком бескорыстном поиске истины тут и речи быть не может. Не так уж сложно показать, что критерии, которые использует данный критик, сильно зависят от его пристрастий, полученного образования, классовых предпочтений. Ливису, например, можно поставить в вину его провинциализм, карьеру в Кембридже, увлечение мифической «органической общиной» — идеалом, осуществить который, как он считал, поможет классическая литература. Короче говоря, нужно только найти у критика слабости, а там уж ясно, что у нет никакого права навязывать нам свои оценки.

Разоблачая претензии тех, кто считает, что обрели истину, культура постмодернизма тяготеет к релятивизму в эстетике и поощряет его в каждой сфере. Релятивизм становится универсальным принципом (Twitchell, 1992): в музыке («Кто сказал, что Моцарт лучше

* Английский писатель, автор (род. 1940) не слишком изысканных бестселлеров (шпионаж, секс, политические интриги). — *Прим. перев.*

Ван Моррисона?»), в одежде («Чем, собственно, Егер лучше, чем Некст, только стоит дороже»), в театре («Почему именно Шекспир, а не Эндрю Ллойд Уэббер?»). От постмодернистского отрицания «тирании» тех, кто за нас решает, как нам жить, действительно веет духом свободы. Вместо догм культура постсовременности предлагает нам разнообразие выбора, карнавальность, бесконечное количество решений. В архитектуре вместо экономных коттеджей фирмы Уимпи или жилых башен в кварталах плотной застройки, спроектированных теми, кто знает, «как лучше» или «чего хотят люди», постмодернисты предлагают терпимо относиться к разнообразию вкусов: пусть каждый придаст своему жилью индивидуальность, в нарушение всех архитектурных канонов что-то пристроит тут, а что-то — там, здесь снесет стену, нагородит «ромашку на кашке», а если кто-то ему скажет, что это дурновкусие, то пошлет советчика к дьяволу.

За всем этим кроется, конечно, отказ модернистов от поиска истины. С одной стороны, постмодернизм противится этим поискам, потому те, кто решают, что есть истина, не очень-то искренни, рассказывая, почему они так решили, да еще и сами эксперты не могут разобраться, в чем эта истина состоит. Поэтому и веры в единственную и незыблемую истину больше нет. С другой стороны, постмодернисты указывают, что решив, в чем состоит истина, мы очень легко придем к тирании. Не к тирании коммунистических режимов, когда как людям жить, решают не они сами, а партия, которой лучше известна «объективная реальность», а к той, вкус которой каждый из нас испытал, когда ему навязывали чужое мнение. Поэтому школьная программа требовала, чтобы мы читали Диккенса и Харди, так как именно они, по мнению наших педагогов, отвечали «стандартам хорошей литературы», а не фантастика, вестерны или любовные романы. Кроме того, каждый человек в Великобритании прошел через испытание телевидением *BBC* с ее хранителями культурной традиции: мы смотрели массу новостей и комментариев, сериалы по классическим литературным произведениям, «серьезные» пьесы, а кроме этого, — немного спорта да специальные детские передачи вроде *Blue Peter*. А еще многие из моих читателей, выросших в муниципальных кварталах, помнят о тех правилах, которые навязывали нам архитекторы и проектировщики.

На все это постсовременность весело отвечает: да нет никакой истины, есть только версии, и сам поиск истины — полная чепуха. Место поиска истины занято сейчас оправданием различий мнений, плюрализма, стиля «кто во что горазд». Результатом стали

насмешки над увлечением модернистов жанрами и стилями (которые рано или поздно утверждались повсеместно и становились мерилами «хорошего вкуса»), стиль отвергается как признак претенциозности. Отсюда склонность постмодернизма к пародии, высмеиванию устоявшихся стилей, ироническому переосмыслению образов, сопоставлению и смешению всего и изготовлению ярких поделок. Образцы архитектуры постмодернизма вроде знаменитых «Уроков Лас-Вегаса» (Venturi, 1972; Jencks, 1984) возникли в результате забавного соединения несоединимого, когда деревянные детали в испанском колониальном стиле появляются на готическом фасаде, а ранчо строится с отделкой в венецианском стиле. Постмодернистские модницы одеваются в эклектичные наряды из леггинсов, агрессивных ботсов, индейских бус, жилетов и экзотических блузок.

Но, пожалуй, наиболее знаменателен отказ культуры постсовременного общества от поиска аутентичности. Если мы составим список слов, которые по смыслу близки к понятию «аутентичность» — «подлинный», «осмысленный» и «настоящий», — то заметим, что все они изгоняются из этой культуры. Каждое из них косвенно утверждает важную для современности ценность — истинность. Этим мотивом человек оправдывает свои попытки разобраться в «настоящем значении» музыки, которую он слушает, свои поиски «настоящей» жизни, когда он интересуется своими «английскими корнями» (а, может быть, и своим истинным Я), свои размышления над «смыслом жизни» и свое стремление к «праведной жизни». Постмодернизм выступает против всего этого, на первый взгляд из чистого упрямства, но если задуматься, то вполне последовательно, так как он отрицает современность, его искренне тешат любые подделки, эфемерность и поверхностность, все тривиальное и явно искусственное.

Постмодернизм не хочет иметь ничего общего с поисками аутентичности по двум основным причинам. Одну я уже детально обсуждал: само понятие истины фантастично, поэтому любые поиски аутентичности или реальности обречены на провал, потому что есть только разные версии правды. Мы не можем понять, например, что действительно сказал Диккенс, поскольку мы живем в XXI в., а интерпретировать образ маленькой Нелли из «Лавки древностей» берутся люди, которые уже знают, что такое бессознательное и детская сексуальность, поэтому между ними и Диккенсом, а также и той аудиторией, к которой обращался Диккенс, лежит пропасть. Бессмысленно спрашивать, что на самом деле значат песни «Битлз», потому что их смысл зависит от возраста и опыта человека, который пытается в этих песнях разобраться.

Если первое возражение, связанное с поисками аутентичности, сводится к относительности любых интерпретаций, то второе носит более радикальный характер, и, как мне кажется, оно даже более характерно для постсовременности вообще. Возражение состоит в том, что как бы вы ни искали аутентичность, вы ее никогда не найдете, потому что она существует только в воображении тех, кто ее ищет. Люди думают, что где-то там — за углом, за горизонтом, в тридевятом царстве — и есть подлинная жизнь, и что мы когда-то сможем найти ее (внутри себя, в другом времени, в другой стране), и она будет отличаться от искусственной и поверхностной жизни современного мира, где всюду преобладает «стильное», «казовое», «только за деньги». Постмодернизм считает, что все эти поиски совершенно напрасны.

Обратимся, например, к такому популярному в наши дни занятию, как генеалогические изыскания. Многие люди прилагают массу усилий, восстанавливая свое семейное прошлое. Обычным способом вернуть себе аутентичность стали поездки эмигрантов в те места, из которых (может быть, несколько поколений назад) выехали их предки. И что же находят люди, добравшись до мест, из которых когда-то отправились отцы-пилигримы, до хижины в ирландской деревушке, откуда бежали их голодавшие предки, до бывшего еврейского гетто в Польше, из которого они были изгнаны? Ну уж, конечно, ничего аутентичного. Скорее всего, они увидят реконструированную «под амбар» пуританскую церковь, которая выглядит «точно так, как было», «настоящий» ирландский обед из картошки (с охлажденным пивом «Гиннес» и приличным вином, если они его закажут), новенькую синагогу с центральным отоплением и занесенную в компьютер приходскую книгу.

Вы хотели бы увидеть «настоящую» Англию? Эту «зеленую, славную» страну ухоженных полей, буколических коров, нетронутых пейзажей, беленых коттеджей, садов за каменными оградами и подлинных соседских отношений, на которую сейчас наступают автомобильные дороги, жилые кварталы и которая все чаще населена людьми, задерживающимися на одном месте на год-два, прежде чем уехать еще куда-нибудь? Вы хотели бы в такой деревне обрести свое «настоящее Я», найти свои корни, попробовать настоящий «английский образ жизни», который свяжет вас с предшествующими поколениями? Но взгляните на реальную жизнь этой деревни в Англии, в самой урбанизированной стране в Европе. Что вы там найдете? Агробизнес, оборудованные по последнему слову техники фермы, фабрики бройлеров и «покинутые деревни», заселенные жителями пригородов с их прекрасно устроенными домами (налоги за которые не поступают в местный бюд-

жет), где автоматизированное центральное отопление само включается в назначенное время, а морозильники набиты запасами из супермаркета, с их «вольво» (символ грубой деревенской неприхотливости и выносливости, по выразительности уступающий только «лэндроверу»), доставляющими их владельцев в деловой центр города и обратно. Именно эти городские пришельцы и занимаются восстановлением «традиционной» деревни, сопротивляясь промышленному строительству (которое могло бы дать рабочие места сельскохозяйственным рабочим, которых заменили комбайны, тракторы и агрономическая наука), собирая деньги на реконструкцию старых кузниц (часто они служат вторым домом и оснащены всеми современными удобствами), активно поддерживая исторические общества (а те издают эти очаровательные старые фотографии, развешивают их в деревенских залах собраний и на них «жизнь в деревне, столь нами любимая, выглядит такой, какой она когда-то была»), и, конечно, помогая сохранять «традиции» типа фольклорных танцев и деревенских ремесел — прядения и ткачества (Newby, 1985, 1987).

Я не собираюсь высмеивать здесь мечты современных любителей деревенской жизни, я просто думаю, что поиски «аутентичной» Англии бессмысленны. Мы просто пытаемся заново создать тот образ жизни, который в каких-то отдельных чертах напоминает нам прошлое. В этой реконструкции нет места ни голоду, ни бедности, ни всем другим тяготам жизни, которые приходилось переносить деревенским жителям. Сама эта реконструкция подлинного образа жизни очень далека от подлинности и не может быть иной, нужно только это признать. Если мы выбираем, что восстанавливать, то уж о подлинности можно забыть. Многие хотели бы вернуться к традициям, чтобы обрести чувство уверенности в быстро изменяющемся мире, найти в нем свое место. В тревожные времена традиции успокаивают, дают опору, чувство подлинности, которое служит якорем в бурную эпоху. Но не так уж сложно показать, что английские традиции — Рождество с елкой, индейкой и гарниром, соревнования по гребле между Оксфордом и Кембриджем, розыгрыш кубка на стадионе Уэмбли, «настоящий» эль и «настоящий» английский паб, да, прежде всего монархия, восходящая едва ли не к англосаксонской древности, — все это сплошные новации (Hobsbawm and Ranger, 1983), изобретенные самое раннее во времена королевы Виктории. «Типично английское» Рождество — изобретение принца Альберта (мужа королевы Виктории. — *Прим. перев.*), кубок стал разыгрываться совсем недавно, пабы специально построены для того, чтобы вызывать ностальгические чувства по минувшим временам, пиво в них варит-

ся самым современным способом, а монархия изменилась самым радикальным образом за бурную историю своего существования.

Итак, *аутентичность отсутствует, есть только (неаутентичная) реконструкция аутентичности*. Обратите внимание, например, на впечатления, которые получают туристы (Urry, 1990). В брошюрах всюду расхваливается «нетронутый» пляж, «достопримечательности», «необычная» культура, нравы местного населения и «ощущение реальности увиденного». Но ясно, что все, что испытывает турист как раз неаутентично, все это тщательно от начала до конца срежиссировано: на греческом острове это таверна на берегу с отличным холодильником, доверху забитым континентальным пивом, местная музыка и фольклорные танцы, которые только что сочинены и записаны на компакт-диск, официанты, которых обучили упрощенным танцевальным движениям и способам вовлечения туристов в пляски, подлинная греческая кухня, приготовленная на микроволновке, замороженная и подогнанная под вкусы посетителей так, что в ней остался только намек на местный колорит (муссака с чипсами), любезные местные жители, не испорченные городом, но подготовленные в швейцарских школах гостиничного бизнеса, специальные туристские аттракционы, созданные и разрекламированные специально для них. Весь «мыльный пузырь» туризма держится на том, чтобы у туристов оставались только приятные ощущения, чтобы посетители не почувствовали вони и не столкнулись с теми антисанитарными условиями, в которых живет значительная часть местного населения. Ну, и кроме того, даже если место, в которое попадают туристы сохранило аутентичный вид, появление туристов неизбежно меняет его облик, не говоря уже о том, что местной культуре, которой специально придают «первобытный» вид, а древние церемонии отказываются при ближайшем рассмотрении чистыми постановками (MacCannell, 1976). Туризм — это бизнес, и он не может позволить себе ничего другого: рейсы должны быть заполнены, комнаты заранее заказаны, а стандарт обслуживания должен отвечать требованиям постояльцев из зажиточных стран (душ, чистое постельное белье и, если нужно, кондиционеры), а клиенты должны остаться довольными. Все это требует планирования, фальши и неаутентичности (Boorstin, 1962, с. 100—122).

Неаутентичность не представляет собой монополию континентальных стран вроде Италии и Франции, которые прямо заинтересованы в постановочном туризме. И в Великобритании мы точно так же соблазняем туристов. Можно, конечно, утверждать, что в Великобритании сохранилось достаточно памятников истории, архитектуры, да и просто много всего занимательного, что не служит массовой индустрии туризма, но представляет собой «настоя-

щую историю» (Hewison, 1987). Но и «индустрия прошлого» тоже принимает участие в реконструкции и развитии британского прошлого, его подмазывании и подкрашивании с целью напомнить «какими мы были в прошлом». В качестве примеров приведу Бемиский промышленный музей в графстве Дерхем, Центр Йорвика в Йорке, Айронбридж* и экспозицию «Оксфордская история». Постмодернисты могли бы с иронией отметить, что многие из этих туристских аттракционов были специально созданы, чтобы можно было наглядно увидеть, «какой на самом деле была наша жизнь» (прямо-таки понюхать прошлое), но их искусственность подрывает всякую веру в их аутентичность.

Вообще-то, нужно заметить, что эти «новоделы» в определенном смысле более подлинны, чем иные, даже древние, памятники нашего наследия, например, старинные замки. Лондонский Тауэр, Имперский военный музей и Стоунхедж тоже неаутентичны, поэтому нам никогда не добраться до своего подлинного прошлого. И не только потому, что в них много того, что аутентичность разрушает (современные методы консервации, электричество, лифты, профессиональные гиды и пр.), но и потому, что все попытки познакомить нас с историей содержат элемент интерпретации, а следовательно, и конструирования прошлого и поэтому неаутентичны. Обратимся, например, к тем спорам, которые ведутся сейчас историками: должна ли это быть история, рассказанная мужчинами, или в нее нужно включить и чисто женский опыт; история чисто имперская, то есть такая, в которой основное место занимают войны и колониальные захваты; должна ли она быть англоцентричной или учитывать точку зрения континентальных народов; должна ли она строиться по принципу кратких периодов или концентрироваться на долгосрочных процессах; чему нужно отдать в ней предпочтение, социальному или политическому; в центре ее должны стоять монархи или обычные люди? Проще говоря, перед нами не одна, а много историй, и это бросает вызов современным гуманитариям, которые хотели бы создать «истинную» историю, существенно подрывает веру в проект под названием «Наше наследие».

Постсовременность отвергает все претензии на реальность: ничто не может быть истинным и аутентичным, поскольку все фальсифицировано. Нет «настоящей Англии», нет «настоящей истории» и «настоящей традиции». Аутентичность — только настоящая подделка, артефакт. Но если это так, то постоянный вопрос,

* Музей, посвященный промышленной революции, при создании использованы приемы создания Диснейленда. — *Прим. перев.*

который мучит современность «Какой в этом смысл?», сам лишен смысла. Тот, кто этот вопрос задает, имеет в виду, что *истинное значение* можно установить, можно, например, открыть настоящий смысл Библии, понять, что хотел сказать архитектор, когда спроектировал здание определенным образом, какой была на самом деле жизнь в эпоху наполеоновских войн, что хочет сказать девушка, надевая именно такое платье.

Но если нам известно, что ничто само по себе не имеет смысла, а есть только различные интерпретации (Ролан Барт обычно называл это *полисемантическим* видением), то вполне логично полностью отказаться от поисков смысла. Характер человека постсовременности таков, что он легко мирится с тщетностью этого поиска и не впадает от этой тщетности в уныние, предпочитая вместо этого находить удовольствие в *ощущении бытия*. Вы, например, можете не иметь никакого представления, что выражает данная прическа, но вам доставляет удовольствие демонстрировать ее друзьям, и вся суть в том, что удовольствие нужно получать, не задумываясь над смыслом увиденного. У французов появилось даже специальное слово для этого — *jouissance*, оно было использовано сначала в переводе «Критики чистого разума» Канта, который был сделан в 1972 г. Кант проводил различие между высшими и низшими формами чувственности, но для постмодернистов (каждый из которых знает, что все имеет бесконечное количество значений) это несущественно, а поэтому можно вообще не беспокоиться о значении. Как гласят граффити, забудь о том, что хотел сказать Элвис [Пресли] своей песней *Jailhouse Rock* («Тюремный рок»), это просто рок-н-ролл: лови ритм и двигайся.

Итак, мы, интеллектуалы, не должны беспокоиться по поводу потери смысла. Что касается простых людей, то они давно так же отчетливо, как и мы, осознают, что поиски «истинного значения» чего-либо — безнадежная затея. И они понимают, что в каждой ситуации возникает масса значений, так что найти среди них истинное невозможно. Поэтому люди даже в кино не стремятся понять реального смысла увиденной картины: они просто ощущают то, что она несет с собой: «прикольна» или наводит скуку, отвлекает, позволяет забыть о домашних делах или завести подружку либо приятеля, а там и вечер прошел. Люди, которые обитают в современности, постоянно тревожатся, понимают ли они, что это все значит, а граждане постсовременности давно на это махнули рукой и вполне довольны, с головой погрузившись в многообразное бытие. В постсовременности туристы хорошо знают, что за свои деньги ничего аутентичного они не получают; они несколько не верят в подлинность якобы старинных безделушек, которые им пред-

лагают местные лавки, их не смущает коммерциализация туризма, не раздражают местные жиголо, фланирующие по пляжу в поисках легкой добычи, они легко прощают трюки с достопримечательностями, которые вдруг оказались тут вот поблизости, в кустах, эти туристы вполне довольны новыми фильмами на видеокассетах, поп-музыкой и выпивкой на дискотеках. Они отлично осознают, что все это игра, но, сознавая это, рады празднику, они охотно участвуют в подготовленных для них инсценировках, потому что у них отпуск, они «хорошо оттянулись», «словили кайф», и к черту всю бодягу по поводу «смысла» и аутентичности людей, блюд и всего окружающего (Featherstone, 1991, с. 102).

Ранее я уже отмечал, что постмодернизм уделяет исключительное внимание различиям в интерпретации, стилях жизни, ценностях, и все это находится в полном соответствии с его отказом от подлинного. Еще пример: господствующее в постсовременности мнение отрицает элитарность, в частности в образовании. Элитарное образование направлено на то, чтобы приобщить ребенка к общекультурным ценностям, к литературной классике, чтобы сделать его членом определенного социума. Такой подход к образованию давно уже встречается бурей протестов, его объявляют идеологизированным и утверждающим господство одного класса в обществе над другим. Однако идеологи постсовременности идут дальше: они призывает игнорировать опасения тех, кто, боясь превращения культуры в лоскутное одеяло, требуют, чтобы наших детей научили любить литературу и историю, поскольку литература и история объясняют нам, кем мы являемся, тем самым объединяя нас. Один довод состоит в том, что «общенациональная культура», понимаемая в смысле Мэтью Арнольда, как «лучшее из того, что познано и создано в мире» или, проще говоря, как «все, что имеет ценность в нашем обществе», — всего лишь средство утверждения исключительности и господства одной социальной группы над другими (ведь английская классическая литература мало что значит для этнических меньшинств в стране, да то же справедливо и для молодежи, и рабочего класса современной Великобритании). Второй довод выражает сомнение, действительно ли люди испытывают какие-то трудности в расчлененном, мозаичном мире, правда ли, что они испытывают чувства отчуждения, беспокойства и угнетенности.

Идеологи же постсовременности вполне одобрительно относятся к фрагментарности культуры. Что же плохого в том, что человек почитает Шекспира, а потом послушает регги? Долгое время хранители культуры считали своим долгом разъяснять людям, что и как они должны читать, слушать и видеть (и хотя бы не-

множечко стыдиться, когда забывают об этих наставлениях). За всем этим наставничеством кроется убежденность современного рационалиста, что непоследовательность — сама по себе порок. Напротив, культура постсовременности, выбросив за борт поиски «истинного смысла» («Быть англичанином — значит знать и любить *данный* вариант истории, *данный* роман, *данное* стихотворение»), полагает, что «лоскутность» — это уже хорошо, люди могут *получать наслаждение*, просто забыв о несовместимости смыслов и образов. Если не задумываться над смыслом, то удовольствие могут доставлять самые разные вещи: неоновые вывески, французская кухня, фаст-фуд из Макдональдса, китайская еда, Бизе, Мадонна, Верди и Гари Глиттер. Да здравствует всеядность!

Нетрудно видеть, что за опасениями, которые высказывают противники «лоскутности» культуры, стоит страх потери самоидентификации. Этот страх не возник бы, если бы мы не предполагали, что у каждого из нас есть истинное, аутентичное *Я* — автономное, последовательное и защищенное от противоречивых сигналов со стороны культурной среды. Как, например, человек, считающий себя интеллектуалом, может утверждать, что у него есть собственное *Я*, если отложив Платона, он отправляется на собачьи бега? Как может ученый, погруженный в свои исследования, одновременно состоять и в клубе фанатов «Тоттенхэма»? Как истинный христианин может получать удовольствие от порнографии? Как уважаемые люди могут жульничать при игре в крикет? Как может сохранить целостность своего *Я* актер, который одновременно выступает в ролях, в которых блистали Клинт Иствуд, Поль Гэскойн* и Вуди Аллен?

Культура постсовременности предлагает нам не надрывать, пытаясь распутать этот узел противоречий, а просто забыть о существовании истинного *Я*. С этой точки зрения поиск аутентичного *Я* предполагает существование глубинного значения, которое недоступно здесь и сейчас, а следовательно, нет и смысла в его поиске. Вместо этого постмодернизм убеждает нас смириться с противоречиями, свойственными как обществу в целом, так и отдельной личности, и продолжать жить, не тревожась о смысле существования, забыть о таких абстракциях, как честность и мораль, и стремиться к получению удовольствия. Только кучка интеллектуалов, повторяют идеологи постсовременности, продолжает сокрушаться по поводу распада личности. Остальные неплохо проводят время и «не берут в голову» всего, что там болтают умники об угрозе нашему «истинному *Я*».

* Знаменитый английский футболист. — *Прим. перев.*

Как и подобает культуре, которая испытывает удовольствие от всего искусственного и поверхностного, постсовременность теснее всего ассоциируется с *городской жизнью*. Наслаждаться поверхностностью, не задумываться над существом дела, предпочитая вместо этого все быстротечное, модное и несерьезное... Для этого нет лучшего места, чем урбанизированная среда, где царит искусственность, сталкиваются различные стили, царят непостоянство и эклектика, разнообразие и различия, где нет ничего стабильного, а нашу нервную систему всегда стимулируют контрасты культур, встречи с новыми людьми с их разнообразным жизненным опытом, взглядами и вкусами; причем это разнообразие одновременно и тешит нас, и лишает веры в стабильность.

И наконец, нужно отметить еще одну особенность культуры постсовременности, хорошо согласующуюся с ее враждебностью по отношению к поискам собственного *Я*: она делает упор на творческие возможности обычных людей и их склонность к играм. Философы нового времени явно тяготели к детерминистским теориям человеческого поведения. Для них характерно, что, предлагая свои объяснения, они отдавали им предпочтение по сравнению с ощущения людей, поведение которых они пытались объяснить, как если бы они одни были в состоянии выделить реальные мотивы, основные движущие силы поступков тех, кого они изучали. Фрейд, например, настаивал, что за многими человеческими действиями кроются сексуальные мотивы, и не важно, что об этом думают сами люди; марксисты, исследуя общество, настаивали на том, что человеческое сознание обусловлено экономическими отношениями, и не важно, что по этому поводу говорили они сами; феминистки, рассказывая о том, что испытывают женщины, часто настаивают, что именно они лучше всех знают, в чем состоят «истинные потребности» женщин, и не важно, что об этом думают сами женщины.

Мы уже встречались с утверждением постмодернистов, которое они не устают повторять, что у интеллектуалов нет никакого права считать, что они лучше, чем средний человек, знают, в чем состоит истина. Рассуждая по аналогии, давайте спросим, почему интеллектуалы так опасаются, что простого человека надувают, что политики с их манипулятивными технологиями сбивают его с толка, что с помощью идиотских развлечений и потребительства его оглушают? А не проявление ли это невыносимого высокомерия интеллектуалов? Почему интеллектуалы претендуют на знание истины, если они сами так часто ошибались и не могут договориться даже друг с другом, что они понимают под истиной? То,

что интеллектуалы называют чепухой, дает возможность простым людям творить и жить столь же плодотворно, как и любому интеллектуалу. В мире, где признается всего лишь одна версия истины, люди тем не менее создают поразительное множество значений и, даже не понимая скрытых смыслов, умеют использовать вещи и получать жизненный опыт.

В своей мозаичной книге Мишель де Серто (Michel de Certeau, 1984), приводя массу примеров маленьких открытий, которые в повседневной жизни сделали обычные люди, считает, что эти примеры доказывают безосновательность претензий интеллектуалов, которые якобы больше понимают в жизни, чем массы. Люди, как утверждает Серто, беспрестанно создают новые значения, придумывают новые способы использования самых обычных вещей и получения новых удовольствий. Даже такое тривиальное занятие, как вождение автомобиля, может стать стимулом для творчества: на автомобиле можно курсировать, на нем можно добираться до работы и лихачествовать; можно ездить медленно и существует воскресный стиль езды; во время вождения можно думать, наслаждаться одиночеством, мечтать, слушать музыку, расслабляться и наблюдать за другими водителями. Учитывая все это, как могут интеллектуалы претендовать, что они лучше знают, о чем думают простые люди и как они чувствуют?

Читатели, которые уже достаточно продвинулись в своем постижении постмодернизма, наверное, не удивятся, что для него *bête noire* [жупелом] становится всякая попытка выделить существенные стороны явления. Рационалисты же провоцируют постмодернистов именно на то, что бы они перечислили свои пункты обвинения против философов и против исходных положений философии Нового времени: способность человека беспристрастно судить об истине, дар некоторых способных людей находить за внешними проявлениями скрытые закономерности и путем долгого труда и пристального анализа выявлять основные значения.

Поскольку я сам не придерживаюсь взглядов постмодернистов, то я, ничтоже сумняшеся, прямо перечислю основные черты постмодернизма как интеллектуального направления и как социального явления. Вот эти особенности:

- ♦ неприятие образа мыслей, свойственного Новому времени, его ценностей и обычаев;
- ♦ неприятие любых претензий на установление истины, так как существуют только ее версии;
- ♦ неприятие стремления к аутентичности, поскольку все неаутентично;

- ◆ неприятия стремления к уточнению смысла, поскольку смыслов бесчисленное множество, и это делает безнадежным сам поиск смысла;
- ◆ удовлетворение от самой констатации различий между субъектами: в интерпретациях, ценностях и стилях;
- ◆ особое внимание к получению удовольствия, неотрефлексированного жизненного опыта, к *jouissance* и сублимации этой чистой аперцепции;
- ◆ удовольствие от поверхностного, видимости, разнообразия, изменений, пародий и стилизаций;
- ◆ признание существования творческого начала и игры воображения у обычного человека и основанное на этом пренебрежение детерминистскими теориями человеческого поведения.

Постмодернизм и информация

Но что это все имеет общего с информацией? Первый из ответов на этот вопрос вытекает из тезиса постмодернистов: все, что мы знаем о мире, мы знаем через посредство языка. Для философов Просвещения было ясно: язык — это средство описания объективной действительности, слова не заслоняют нам действительность. Но постмодернисты утверждают, что это не более чем «миф о прозрачности» языка (Vattimo, [1989] 1992, с. 18), просто прежние философы закрывали глаза на то, что символы и образы (т.е. информация) представляют собой единственную реальность, с которой мы имеем дело. Таким образом, мы не разглядываем реальность сквозь «дымку» слов, наоборот, язык — это вообще единственная реальность, которая нам доступна. Мишель Фуко когда-то сформулировал эту мысль так: «Действительности вообще нет; все, что есть, это язык, и, даже говоря о языке, мы вынуждены пользоваться им же» (цит. по: Массеу, 1993, с. 150).

Одно из следствий, вытекающее из этой посылки гласит: «Язык никогда не был невинным» (Barthes, [1953] 1967, с. 16). Например, по отношению к литературной критике это утверждение значит следующее. Некогда критики видели свою задачу в том, чтобы лучше разглядеть облик капитализма викторианской эпохи в зеркале романа Диккенса «Домби и сын», или, читая рассказы Эрнеста Хемингуэя, понять, какой смысл он вкладывал в понятие мужественности, или определить, как повлияло воспитание Д. Лоуренса на его творчество. Критики исходили из предпосылки, что *через призму языка* этих писателей мы можем приблизиться к реалиям

исторического периода, к взглядам на отношения полов, к роли семейного воспитания. Их целью было установить, хотя бы для себя, роль языка, действуя при этом тактично и стремясь к ясности, то есть объективности, насколько это возможно. Высшим достижением как для автора, так и для критика была ясность изложения, поскольку они хотели увидеть скрытую за текстом действительность.

Ролан Барт (1963, 1964) в начале 1960-х годов вызвал большое замешательство во французских литературных кругах, когда выступил против сформулированного выше постулата в полемике с одним из ведущих критиков — Раймоном Пикаром. Барт предложил свое прочтение Расина, классика и основоположника французской литературы, настаивая, что предположение об однозначности его текстов ошибочно и что все подходы к анализу его творчества, с каких бы позиций этот анализ ни осуществлялся и какой бы метаязык при этом ни использовался (язык фрейдизма, марксизма, структурализма и пр.), построены так, что ясность была делом рук самих критиков (Barthes, 1966), которые, например, делали более прозрачным исторический контекст, в котором возникло произведение. Центральное место в возражениях Барта занимал, конечно, довод, что *язык не обладает прозрачностью*, и суть авторства (причем речь идет не только о художественной литературе) не в том, чтобы, используя язык, дать возможность увидеть мир, скрытый *за ним*, а в самом языке (как авторов, так и их критиков).

Связь этой полемики с проблемой постмодернизма станет более отчетливой, когда мы вспомним, что Барт и его сторонники распространяли принцип, в соответствии с которым язык — это единственная доступная нам реальность, на широкий круг дисциплин, от истории до социологии. И в каждой из этих дисциплин они пытались (Lyotard) выяснить «господствующую фразу» (*phrase-regime*), которая характеризовала бы ее предмет. Добившись этого, они поставили под сомнение фразы (принадлежащие, конечно, интеллектуалам) и в духе постмодернизма выдвинули альтернативные подходы, которые рассматривали предметы этих дисциплин исключительно в терминах языка (или, используя их любимое слово, как *дискурсы*).

Важно также, что Барт (Barthes, 1979) применил тот же подход к огромному количеству явлений современного мира: от политики, спортивной борьбы, кино, моды, кухни и радиопередач до газетных публикаций. Причем каждый раз объект описывался как языковое явление, как способ говорить о нем. Если встать на путь, предложенный Бартом, то все, что мы сегодня знаем, становится

проблемой языка (дискурса), а любой наш жизненный опыт — это опыт информационный. Ничто нельзя считать прозрачным или понятным, поскольку все создается средствами языка и понимается с помощью языка. Существенный вывод из постмодернистского анализа информации состоит в том, что мы живем не в мире, о котором у нас есть какая-то информация. Напротив, мы *обитаем в мире, созданном информацией*.

Жан Бодрийяр

Жан Бодрийяр (род. 1929) — вероятно, наиболее известный из социологов-постмодернистов, который применил принципы, выдвинутые такими философами, как Ролан Барт (1915–1980), для обсуждения проблем информационной сферы. Далее мы остановимся на некоторых из затронутых им вопросов и на его видении проблемы, и это поможет нам лучше понять связи между постмодернизмом и информацией.

С точки зрения Бодрийяра, современная культура — это культура знаков. Все, с чем мы сегодня сталкиваемся, так или иначе касается значений, многое связано со стремительным развитием средств массовой коммуникации и при этом влияет на нашу повседневную жизнь, на процессы урбанизации и на возросшую мобильность населения. Стоит нам оглянуться вокруг, и мы готовы согласиться с его точкой зрения: на каждом шагу мы видим знаки и различные типы значений. Нас будит радио; мы смотрим телевизор и читаем газеты; большую часть дня проводим под звуки музыки, которые раздаются из проигрывателей и магнитофонов; даже то, как мы бреемся и стрижемся, имеет символическое значение; наша одежда тоже имеет знаковый характер; мы украшаем свое жилище предметами, которые что-то значат; мы используем парфюмерию, чтобы передать окружающим некое послание (или предотвратить его посылку); на работу мы ездим в автомобилях, которые представляют собой знаки (и начинены системами, которые непрерывно передают нам знаки); мы обедаем значениями (ведь еда может быть китайской, итальянской, вегетарианской, с холестерином или без него); проезжаем мимо символов (банков, магазинов, школ), посещаем их.

Конечно, люди во все времена использовали знаки, но я думаю, ни одно общество до сих пор не тонуло так в море знаков, как это происходит с нами. Хотя в доиндустриальных обществах и существовали сложные иерархические системы, пышные религиозные церемонии и яркие празднества, там были строгие правила

и ограничения, касающиеся использования знаков. Тогда человек встречался с одними и теми же людьми в определенных местах, и все это подчинялось обычаям. Сегодня мы постоянно сталкиваемся с незнакомыми людьми и общаемся с ними, но это «частичные люди», функции: пассажир автобуса, пациент в очереди к зубному врачу, посетитель бара.

В то же время мы получаем сообщения в любое время и ото-всюду посредством газет, книг, радио, плееров, телевидения и Интернета.

Констатация такого положения вещей служит отправным пунктом для Бодрийяра: наша жизнь сегодня — это непрерывная циркуляция знаков о том, что произошло в мире (знаки новостей); какое впечатление вы хотите произвести на окружающих (знаки самого себя); какое положение в обществе вы занимаете (знаки статуса и уважения); какую функцию выполняет данное здание (архитектурные знаки); какие существуют эстетические предпочтения (афиши, сервировка, реклама) и т.д. Как заметил Джон Фиск, критик, разделяющий взгляды Бодрийяра, насыщенность нашего общества знаками представляет собой «фундаментальное отличие нашего общества от предшествующих. За один час перед телевизором человек получает больше образов, чем в доиндустриальном обществе он получал за всю жизнь» (Fiske, 1991, с. 58).

Однако превращение, используя выражение Ги Дебора (Debord, 1977), нашей общественной жизни в спектакль, не ускользнуло от взглядов философов, которые пользовались популярностью поколение назад. Ситуационисты во Франции были в моде в начале 1960-х годов, и к постмодернистам их причислить нельзя, они также не считали, что насыщенность знаками сама по себе означает системную перестройку общества. Просто Бодрийяр и настроенные таким же образом социологи пошли много дальше и заметили, что дело далеко не в одних только знаках. Они выделили и другие характеристики постсовременности, которые знаменуют собой разрыв с прошлым.

Мы лучше поймем их точку зрения, если вспомним, как объясняли возникновение «супермаркета-знаков» социологи Нового времени, Герберт Шиллер и Юрген Хабермас, о взглядах которых мы рассказывали в предшествующих главах, они охотно соглашались с фактом роста числа знаков, но при этом полагали, что если использовать их разумно, то они могут улучшить нашу жизнь. В рамках этого подхода можно отметить, что с применением знаков не все обстоит благополучно, но если эти недостатки преодолеть, то это поможет создать более демократичное общество с более

надежными социальными связями. Сторонники такого подхода готовы указать на искажения в использовании знаков, которые приводят в какой-то мере к потере их аутентичности, сдерживая развитие общества в направлении к большей открытости и подлинности в нем социальных связей. Эти авторы, например, возмущаются засилием на телевидении «мыльных опер», поскольку они носят эскапистский характер, опошляют и фальсифицируют повседневную жизнь людей. При этом подразумевается, что существует настоящая драма, и она может быть адаптирована к требованиям телевидения. Исследователи Нового времени прилагают всяческие усилия, чтобы разоблачить способы, которые используются для искажения реальной картины событий в последних известиях. Вся эта критика основана на постулате, что истинная картина событий может быть воссоздана. Они же могут протестовать против того, как индустрия моды благодаря собственному дурновкусию и коммерческим соображениям влияет на молодежь, но опять-таки эти протесты исходят из предположения, что мода может быть более аутентичной.

Бодрийяр, однако, не склонен ни исправлять «искаженную коммуникацию», ни стремиться к «аутентичности». С его точки зрения, поскольку все сводится к значениям, искусственность и неаутентичность неизбежны, поскольку таковы знаки. Философы современности считают, что за знаками кроется какая-то реальность, может быть, искаженная в результате неправильного использования знаков, но тем не менее реальность, но для Бодрийяра все — только знаки. Поскольку это так, то избежать неаутентичности невозможно, и нет смысла делать вид, что это удастся. Зрители телевидения могут, конечно, смотреть последние известия, предполагая, что за увиденными ими знаками кроется реальность: «то, что происходит в мире». Но стоит только задуматься, и мы поймем, что последние известия — только версия событий, представленная с учетом контактов журналистов, доступности ньюсмейкеров, моральных ценностей, политических предпочтений тех же журналистов. Но если уж нам удастся показать, что телевизионные новости не действительность, а творение журналистов — задача, которую часто ставили перед собой исследователи, и ее может решить каждый человек, который записывает передачи последних известий, чтобы просмотреть их еще раз, — то как можно ждать, что в других случаях знаки описывают «истинную» ситуацию? Для Бодрийяра «действительность» начинается и кончается знаками на экране телевизора. Любой анализ этих знаков приведет не к более близкой к действительности версии новостей,

а просто к появлению *еще одного* набора знаков, который якобы отражает какую-то скрытую за знаками реальность.

Бодрийяр развивает эту идею дальше, утверждая, что в наши дни уже никого не удивишь тем, что знаки неаутентичны, в культуре постсовременности это стало общим местом. Другими словами, если когда-то еще верили, что знаки *репрезентируют* нечто (то есть указывают на скрытую за ними реальность), то сегодня каждый понимает, что знаки только *симулируют*, и ничего более (Baudrillard, 1983a). Ну пусть кто-то представит на минуту, что реклама правдиво рассказывает о качествах определенного товара! Обитающих в Новом времени критиков часто раздражает ее ложность. Они доказывают: реклама, намекая, что определенный шампунь сделает вас сексуально привлекательным, а определенный алкогольный напиток — душой общества, искажает действительность. Эти критики, выставляя на общее обозрение трюки составителей рекламы (ложные ассоциации, психологическая обработка и т.п.), исходят из двух предположений. Во-первых, покупатель имеет право узнать от них об этих трюках, а без этих разоблачений, он слеп, во-вторых, возможна какая-то форма «настоящей» рекламы, которая правильно отражает качества рекламируемого продукта.

Бодрийяр на это отвечает, что простые люди несколько не глупее таких интеллектуалов, как Вэнс Пакард* и Кеннет Гэлбрайт. Конечно, они понимают, что реклама она и есть реклама, но не делают из всего этого проблемы. Реклама — это «понарошку», игра, симуляция. Не только интеллектуалы, но *абсолютно все* знают, что кока-кола не «учит мир петь», что «ливайсы» не способны превратить мужчину средних лет в двадцатилетнего Аполлона, и жуй или не жуй жвачку «Риглис» никаких захватывающих романтических приключений с тобой не случится. А раз так, то махнем рукой на рекламу, ведь «молчаливое большинство» она несколько не беспокоит (Baudrillard, 1983a).

Любям нравится реклама, утверждает Бодрийяр, но не тем, что она несет определенный «мессидж» (хотя именно в этом состоит цель ее авторов), и уж, конечно, не потому, что она убеждает их отправиться за покупками, а по одной простой причине: она доставляет им *удовольствие*. Реклама — это «спектакль, и он возбуждает» (Baudrillard, 1983a, с. 35), и это все. Кто знает и кому

* Вэнс Пакард (или Паккард) (1914—1996) — американский журналист и писатель, в 1950-е годы получил широкую известность благодаря своей книге «Тайные соблазнительники» (*The Hidden Persuaders*), посвященной рекламе и манипуляциям СМИ общественным мнением. — *Прим. перев.*

интересно знать, что обозначает реклама фирм «Форд», «Гиннесс» или «Бенсон и Хеджс»? Нам просто либо нравится смотреть на эти знаки, либо не нравится*.

Вспомним еще о том беспокойстве, которое выражал проф. Хабермас в связи приданием «глянца» политике в европейских демократиях. Для таких критиков современного общества, как Хабермас, манипулирование политической информацией, основанное на тщательной подготовке политиками и их советниками по связям с общественностью своих выступлений перед СМИ, это репетиции, предварительные брифинги, отрежиссированные сцены, организованные утечки информации, выбор грима и одежды для выступлений. Вообще слишком большая роль медиаконсультантов в представлении политики и политиков — все это кажется прискорбным. Но их критика основана на предположении, явном или неявном, что политик должен быть честным и открытым, правдивым и прямым, а не прятаться от общества за медийными масками, лживыми и сбивающими с толку.

Бодрийяр отвечает на эти сетования людей Нового времени двояко. С одной стороны, он настаивает, что существование знаков, которые бы точно передавали политику и правдиво рассказывали о тех, кто эту политику делает, — не более чем мечта. СМИ способны отразить только небольшую часть событий, взгляды лишь части политиков и немногих политических партий. Даже если отвлечься от всех других причин, то обычная нехватка времени приводит к искаженному изложению части проблем и позиций. Добавьте к этому еще и склонность политиков добиваться, чтобы на первом плане оказались те аргументы, которые говорят в пользу их собственной точки зрения, и вы поймете, что препятствия на пути точного отражения политической жизни в СМИ непреодолимы. С точки зрения Бодрийяра, то, что медиа должны сводить воедино все взгляды на политические проблемы, лишает всякого смысла требование к ним излагать еще и альтернативную точку зрения, альтернативная позиция была бы не более чем еще одной симуляцией объективного образа политики.

Бодрийяр также утверждает, что, поскольку всем известно, в чем дело, никто и не переживает по этому поводу. Мы все знаем, что образ политики сфальсифицирован, поэтому мы просто получаем удовольствие от спектакля, а само его содержание игно-

* В эпоху постсовременности, кроме аудитории, это знание есть только у специалистов по рекламе, поэтому реклама все чаще издевается сама над собой, они становятся ироничной, показывает нам язык, издеваясь над самой мыслью, что кто-то может ей поверить и помчаться покупать рекламируемый товар.

рируем, считая, что перед нами на экране «в очередной раз эти политики».

Следуя этой логике, нужно признать, что отношение общества к политике знаменует собой смерть значения. Если люди понимают, что знаки — только симуляция, что они ничего не значат, и все, что можно предложить вместо них, тоже ничего не будет значить, то в окружающей действительности может происходить все что угодно или не происходить ничего. И мы приходим к выводу, который уже сформулировал Бодрийяр: «Мы производим в изобилии образы, которые *не передают никакого смысла*. Большинство образов сегодня, которые доносят до нас телевидение, живопись, пластические искусства, образы аудиовизуальные или синтетические образы — все они не значат ничего» (Baudrillard, [1979] 1990, с. 17). Если «массы» понимают, что знаки только симулируют, то мы столкнулись с ситуацией, когда огромное количество знаков потеряли значение. Появились знаки без обозначаемых, не знаки, а «фантики» (Baudrillard, 1983а, с. 42), на них можно смотреть, они мелькают перед глазами и, возможно, доставляют удовольствие, но не имеют смысла. Вот это и есть постсовременность.

Примеры, которые я использовал для того, чтобы проиллюстрировать взгляды Бодрийяра на культуру постсовременности, относились в основном к сфере СМИ из-за ее значимости и потому, что эта сфера и приходит первой на память, когда заходит речь об информационном взрыве. Нужно, однако, иметь в виду, что Бодрийяр, описывая общество «спектакля», использует это понятие по отношению ко всем аспектам общественной жизни; он считает, что дело далеко не ограничивается одними СМИ. Если мы хотим в этом разобраться, вспомним, чему сегодня приписывают статус знака; вспомним об одежде, фигуре, убранстве ресторанов, архитектуре, витринах магазинов, автомобилях, хобби — все это стало информационно насыщенным. И все это идеологи Нового времени пытаются исследовать с точки зрения глубинного смысла, аутентичности. Им бы хотелось понять, каким должен быть вес тела у людей определенного размера и комплекции, что должны выкладывать на витрину магазины, чтобы посетители с минимальными затратами усилий могли найти то, что им нужно. Но Бодрийяра такой подход решительно не устраивает, он отвергает его на уже знакомых нам основаниях: поиски аутентичности, предпринимаемые идеологами Нового времени, бессмысленны, так как *знаки не отражают действительности, они ее симулируют*.

В частности, он имеет в виду, что сегодня фигура человека — это вопрос его выбора, и у людей появились широкие возможно-

сти конструировать свою фигуру. Тело приобрело пластичность, его можно изменять диетой, упражнениями, одеждой или даже с помощью хирургии, оно приобрело изменчивость. Человек Нового времени на это даст два ответа: он либо осудит эти эксперименты с собственным телом, которые вызывают одни расстройства (особенно у молодых женщин), и скажет, что человек должен научиться жить со своей «настоящей» фигурой, либо посоветует человеку, испытывающему такие проблемы, попытаться поменьше есть и сохранить свое «настоящее» здоровье. При этом каждый раз человек Нового времени имеет в виду аутентичную фигуру, неискаженную ни стремлением походить на современных моделей, ни обжорством людей, которые игнорируют советы экспертов о связи питания и здоровья.

Бодрийяр отвечает на это, что никакой «настоящей» фигуры у человека нет, хотя бы потому, что сегодня мы все постоянно сидим на диете (я имею в виду то, что мы выбираем из всего изобилия доступных нам продовольственных товаров), потому что сами диетологи не могут договориться, какая существует связь между состоянием здоровья и фигурой, и потому что в эпоху бесконечно широкого выбора каждый волен выбрать себе собственную фигуру по вкусу. Дело обстоит так, что телу можно придать разную форму, и ни одна из них не будет аутентичной, ни одну нельзя считать «правильной», а другие — отклонением от нее. Это просто знаки, причем лишенные значения. Это можно проверить, просто задав вопрос, какой смысл несет сегодня определенная фигура? Бодрийяру кажется, что все эти смыслы исчезли, исчезли потому, что люди уже знают, что знаки тела неаутентичны. Что означает сегодня, например, худоба? Стремление быть привлекательным, анорексию, нарциссизм, здоровый образ жизни, одержимость? Фигура утратила свою знаковую функцию. Теперь это то, что мы испытываем, но даже не пытаемся интерпретировать.

Здесь прослеживается влияние на Бодрийяра социальных конструктивистов и их отношения к знакам. Если феномен социально обусловлен, то с их точки зрения он является симуляцией, подделкой, и за ним не кроется никакой реальности. Это объясняет и известное утверждение Бодрийяра, что Диснейленд — это не символ настоящей Америки, какая она есть. (Философы Нового времени многократно писали, что этот развлекательный центр — мифологическое воплощение Америки с ее ценностями, а его посетители, развлекаясь там, подвергаются идеологической обработке.) Напротив, считает Бодрийяр, Диснейленд — это средство признать, что *вся* современная Америка — конструкция, выдумка, от ее маленьких городков с их центральной улицей до гигантских

городов с их центрами, заполненными офисами корпораций. Вся страна, с его точки зрения, *гиперреальность*, в которой знаки (часто имеющие материальную форму) не обозначают ничего, кроме как самих себя. Бодрийяр метко замечает:

Диснейленд позиционирует себя как игру воображения, с тем чтобы заставить нас поверить, что все за его границами реально, тогда как на самом деле Лос-Анджелес и вся Америка — больше не реальность, это нечто вроде гиперреальности и симуляции.

(Baudrillard, 1983b, с. 25)

В эпоху постсовременности исчезает различие между реальным и нереальным, аутентичным и неаутентичным, между истинным и ложным. С воцарением искусственности все эти основополагающие вещи испаряются. «Древний» город, «приморский курорт» и «центр развлечений» — это гиперреальности, и за ними не кроется ничего реального. Это все подделки, и ни о какой аутентичности нет речи. Ужасно глупо отправляться вместе с идеологами Нового времени на поиск «реальности»: ее нет ни в лондонском Тауэре, ни в блэкпульском Тауэре*, потому что за обоими знаками не кроется ничего аутентичного. Эти памятники — только то, что они есть. Это гиперреальность, «построенная по образцам реального мира, но не возникшая из реального мира» (Baudrillard, 1988, с. 166).

В этом контексте Бодрийяр касается еще проблемы, которую до него в 30-е годы обсуждал Уолтер Бенджамин (Walter Benjamin, 1970), указывая на последствия появления возможности «механического воспроизводства» произведений искусства. Бенджамин писал, что с появлением кино, фотографии и радио исчезает та аура, которая существовала вокруг памятников искусства и была связана с их уникальностью (существует только одна статуя Давида Микеланджело, многие работы художников Возрождения представляют собой части зданий и пр.), потому что теперь есть возможность «воспроизвести» эти памятники вне их контекста. Бодрийяр делает следующий шаг, предложив термин «симулякр» (видимость) для обозначения знаков, которые представляют собой *копии*, у которых нет оригинала. Если вы покупаете компакт-диск, то понятие оригинала теряет всякое значение. Даже если он продается как запись концерта, сделанного «вживую», вы все рав-

* Blackpool Tower — развлекательный центр в курортном городе Англии, центром которого служит отреставрированная башня, построенная в викторианскую эпоху. — *Прим. перев.*

но знаете, что до этого он был искусно «смикширован» и так «обработан» в студии, что связь с оригинальным исполнением прослеживается очень слабо. То же самое относится к идее оригинального фильма или видеозаписи. В эпоху симулякров все разговоры об истинном и оригинальном вообще теряют смысл.

Если события происходят в мире, где «понятие реального свергнуто» (Baudrillard, 1983a, с. 99), то в нем и знаки утратили свое значение (в терминологии Бодрийяра, они «имплозировали»). Но это не должно нас беспокоить, поскольку всегда следует помнить об излюбленной идее постмодернистов: аудитория в любом случае игнорирует содержательный смысл знаков. Не так давно идеологи современности запутались в споре о застывших перед телевизором домоседах и энергичных туристах, которые, попав к историческому памятнику, обязательно его фотографируют, а «отбив номер», отправляются восвояси, не представляя, где они были. Но в этих спорах они забывают о творческом потенциале самых обычных людей. На самом деле созерцающие экран телевизора находятся в состоянии постоянной активности, они с энтузиазмом переключаются с одного канала на другой, болтают с друзьями, звонят по телефону или комментируют увиденное (удачно или нет, другое дело), а те же туристы, прогуливаясь вокруг Национального естественно-исторического музея, загружены массой дел: мечтают, размышляют, почему гид так похож на родственника, решают вопрос, где бы поесть, болтают с другими посетителями, напряженно размышляют, страдали ли диплодоки от зубной боли. Учитывая высокую сопротивляемость простого человека воздействию на него знаков, можно прийти к выводу, что в постсовременности аудитория совсем не состоит из людей «подсаженных на иглу» хитроумных знаков, чего так боялись идеологи современного общества. На самом деле аудитория вообще *ничего* не видит и не слышит, она просто наслаждается тем спектаклем, который разыгрывает для нее современное общество.

Джанни Ваттимо

Итальянский философ Джанни Ваттимо (род. 1936) считает, что количественный рост и распространение СМИ стали особенно важным фактором при переходе к постсовременности (Vattimo, 1989). Взрывообразный рост медийной сферы — эфирного и кабельного телевидения — подорвал веру общества Нового времени в истину и реальность. Если наиболее сильное впечатление на интеллектуальную верхушку сторонников философии просвещения произвело сопоставление альтернативных интерпретаций истории,

то на основную массу людей больше всего повлияла, по мнению Ваттимо, экспансия СМИ, она заставила их расстаться с привычкой рассматривать все события с одной точки зрения.

Среди мыслителей Нового времени, как левых, так и правых, общим местом уже давно стало сетование по поводу «массовой культуры», которая сбивает простых людей в стадо и кормит их пропагандистской похлебкой, в которой агитация перемешана с примитивными развлечениями. Для тех, кто знаком с трудами марксистов франкфуртской школы, подобные пессимистические взгляды на наше общество — не новость, но и консервативные критики современного общества вроде Т. Элиота, Франка и Куини Ливис* говорят примерно то же самое, имея в виду влияние кино, радио и массовых изданий (Swingewood, 1977).

Возражая им, Ваттимо указывает, что благодаря экспансии СМИ доступ к ним получили самые разные группы, регионы и страны, поэтому для всей этой аудитории не может быть одной реальности и одних перспектив, они неизбежно придерживаются разных взглядов на проблемы и события. «К микрофону сейчас прорвались меньшинства всех видов» (Vattimo, [1989] 1992, с. 5) и посредством его они принялись распространять такое многообразие взглядов, которое неизбежно должно было привести к коллапсу единой для всех «правды». Собственно, это и является условием свободы, говорит Ваттимо, а вера в реальность и связанные с ней методы убеждения («нужно поступать именно так, потому что это правильно») утратили свою убедительность. Как можно теперь верить в единую для всех реальность, если ежедневно СМИ обрушивают на вас такое огромное число различных интерпретаций фактов и совершенно по-разному определяют круг событий, о которых вообще стоит думать?

На волнах эфира на первый план выходят и привлекают всеобщее внимание различия (в сексуальной ориентации, религиях, культурах, этнических ценностях, политических и эстетических предпочтениях). Разнообразие знаков потрясает человека, он чувствует себя сбитым с толку и более ни в чем не уверенным. В результате возникают условия постсовременности с их чувством освобождения, ощущением «изменчивости, дезориентации и игры» (с. 59). Здесь Ваттимо приходит почти к тем же выводам, что Бодрийяр. Многообразие знаков парадоксальным образом подрывает способность знаков что-либо значить, и люди расходятся после

* Queenie Dorothy Leavis (1900–1982) — британский литературный критик. — Прим. перев.

пышного спектакля, не разобравших в его смысле, но свободные от необходимости искать истину.

Марк Постер

Марк Постер (род. 1942) — американец, который работает в Университете штата Калифорния; он долгое время изучал творчество Бодрийера и переводил его работы. Ему принадлежит идея о том, что граница между постсовременностью и предшествующим состоянием общества определяется тем, что Постер называет «модулами информации» (Poster, 1990). Он имеет в виду, что само развитие информации привело к фундаментальным изменениям, и эта точка зрения особенно интересна, потому что, с одной стороны, это развитие идей Бодрийера, а с другой — попытка понять роль тех технических инноваций, которые принесла с собой постсовременность. Постер утверждает, что распространение информационных технологий (а следовательно, и электронного способа обмена информацией) оказало глубокое воздействие на наш образ жизни, на то, что мы думаем о самих себе, на нашу «сеть социальных связей» (Poster, 1990, с. 8). Развивая свою мысль, он предложил свою модель изменений в обществе, основанную на различных типах (модусах) «обмена символами» (с. 6). Постер выделяет три этапа:

- ♦ Этап, когда общение осуществлялось *устно*, лицом к лицу. Это соответствовало устойчивым, неизменным социальным связям, когда личность была тесно связана с определенной группой, и знаки *соответствовали* реалиям устоявшегося образа жизни; обмен символами сводился к явному выражению того, что и так было известно и одобрялось сообществом.
- ♦ Этап *письменного общения*, когда знаки *представляли* определенные концепции, а индивид вел себя в таком обществе рационально и ответственно.
- ♦ Этап *электронного обмена* сообщениями, когда знаки только *симулируют*, подделывают действительность и — что самое важное — теряют свой репрезентирующий характер. Личность в таком обществе «децентрализована, диспергирована, размножена и непрерывно изменяется» (с. 6), она вовлечена в «непрерывный процесс одновременного становления многих идентичностей» (Poster, 1994, с. 174), поэтому знак, вместо того чтобы означать определенную вещь, относится к «потoku означаемых», и это становится характерной чертой эпохи.

Постер имеет в виду, что некогда люди говорили и думали то, что от них ожидали окружающие, позднее личность стала в значительной мере автономной, у нее возник внутренний мир, но она стала использовать письменную форму речи преимущественно для того, чтобы выразить, что происходило вне этого мира, а затем пришел этап постсовременности, когда распространение «подделок» разрушило то, в чем человек был некогда полностью уверен. Не доверяя более тому, что за знаками скрывается какая-то «реальность», человек ощутил, что его *Я* становится мозаичным, несфокусированным и неспособным отличать правду от вымысла. Несмотря на все неудобства, которые с этим связаны, Постер, вслед за Бодрийяром и Ваттимо, считает, что в этой ситуации человек чувствует себя более свободным, поскольку «кризис представительности» (Poster, 1990, с. 14) приводит к появлению массы знаков, которые не значат ничего, а это освобождает человека от тирании «правды».

Поддержка Постером постмодернистского сопротивления «режиму истины» прекрасно сочетается у него с увлечением новыми технологиями, особенно с Интернетом. С его точки зрения, «сетяне» (*netizen*) обретают возможность путешествовать, как они сами того пожелают, и существовать в мире, где нет принуждения; их положение обеспечивает им большую свободу, чем гражданам, чьи права и обязанности устанавливает национальное государство и западная система ценностей, которая навязывается сейчас всему миру. Для Постера век Просвещения с его упором на права и обязанности — всего лишь дискурс Запада, неявно поддерживающий империализм и колониализм. В то же время глобализация подрывает национальное государство, а Интернет обещает еще большую свободу, а главное, — свободу от гражданства, от тирании национального государства.

Жан-Франсуа Лиотар

Сейчас настало время обратиться к работам французского философа Жан-Франсуа Лиотара (1924–1998), поскольку именно их автор подробно останавливается на том, как развитие постсовременного общества привело к размыванию понятия об истине. Рассматривая эту проблему, Лиотар ставит в центр внимания тенденции развития информации, считая, что именно эти изменения и привели к характерным для постсовременности сомнениям в том, можно ли вообще отличить истину от лжи. В отличие от трех философов, взгляды которых мы рассматривали, Лиотар исходит из других предпосылок, но делает очень сходные с их заключениями выводы. Для Бодрийяра, Ваттимо и Постера отправной точкой был

стремительный рост количества знаков (особенно в СМИ), тогда как Лиотар начинает анализ ситуации с изменения роли информации и знания в современном обществе, подходя к предмету более глубоко и с более общей точки зрения.

Лиотар считает, что знание и информация претерпели глубокие взаимосвязанные изменения в двух направлениях. Во-первых, отмечает он, их производство все чаще ограничивается ситуациями, когда заранее известно, что они востребованы и эффективны, или, используя терминологию самого Лиотара, *перформативны*. Он имеет в виду, что информацию собирают, анализируют и создают вновь лишь тогда, когда это полезно. Подобный подход может оправдываться системностью, когда сначала устанавливается, что нужно узнать, а программный подход предполагает, что информация создается только тогда, когда понятно, как ее практически использовать. В этом отношении любая информация приобретает черты компьютерной (да к тому же при малейшей возможности она действительно преобразуется в машиночитаемую, и тогда ее перформативные характеристики становятся легко измеримыми), она становится частью системы, в которой происходит оптимизация связи «входа» и «выхода», другими словами, ее «эффективности» (Lyotard, 1979, с. 11). Более того, как и в других системах, в этой возникает петля обратной связи: чтобы повысить эффективность системы, нужна информация, а критерии эффективности предполагают отбор той информации, которая повышает эту эффективность.

Во-вторых, Лиотар утверждает (здесь сказывается родство его идей, правда отдаленное, с марксизмом), что информация все чаще и чаще становится *товаром*. Это развитие темы, которая нам уже знакома по работам Герберта Шиллера. Лиотар настаивает, что в информационной сфере все чаще работают рыночные механизмы, которые помогают оценить степень ее перформативности.

Действуя совместно, два названные фактора приводят к возникновению ситуации постсовременности. Первый фактор — стремление к перформативности — вызывает снижение уровня, а то и отмирание всех видов знания, которые оказываются невостребованными и неэффективными. Например, философия или эстетика не отвечают критерию перформативности, тогда как изучение финансов или менеджмента, наоборот, соответствуют этому критерию. Поэтому уровень знания в области философии или эстетики падает, а в области финансов или менеджмента — растет, исследования в тех сферах знаний, которые имеют прагматическую направленность, оказываются более востребованными. В социальных науках это, например, исследования в области трансфера технологий, они оказывают влияние на рынок, и поэтому на их прове-

дение легче получить финансирование от Совета по экономическим и социальным исследованиям (*Economic and Social Research Council*), который теперь в соответствии со своими правилами поддерживает те исследования, которые повышают конкурентоспособность британской промышленности. Соответственно исследователь, интересы которого по критериям перформативности можно рассматривать как экзотические или далекие от практики, оказывается на обочине. Как сказал еще в начале 80-х годов член кабинета министров Норман Теббит (Norman Tebbit), оправдывая сокращение финансирования сугубо гуманитарных исследований в пользу исследований практической направленности, «мы забираем деньги у тех, кто занимается древнеегипетскими папирусами и добрачными сексуальными практиками в долине Верхней Вольты» и передаем ее тем, которые делают что-то полезное для промышленности Соединенного Королевства. Эти взгляды стали сейчас господствующими среди тех, кто занимается финансированием социальных наук в Великобритании.

Второй фактор — и это можно рассматривать как закат мышления Нового времени — «добыча нового знания», которая традиционно была сосредоточена в университетах, где исследователи были заняты поиском «истины», смещается в иные края. Это ряд исследовательских центров (Cockett, 1994), принадлежащих частным корпорациям, а также лобби, которые создают и используют информацию для достижения практических целей. Сегодня аналитики указывают на существование, например в США, целой «корпоративной науки», которая по своему объему и значению приближается к университетской. Наиболее крупные учреждения такого типа можно просто перечислить: лаборатории Белла, научно-исследовательские подразделения *IBM* и *ICI*, в которых работают сотни научных работников с учеными степенями. Для непосвященного человека такие подразделения выглядят, как настоящие университеты, но на деле они руководствуются в своей деятельности несколько иными принципами и приоритетами.

Кроме того, легкость, с которой исследовательский персонал университетов перемещается в такие центры и обратно, свидетельствует, что и система высшего образования изменяется, приспособляясь к тем же перформативным критериям. В любой стране с передовой экономикой для развития высшего образования характерны одни и те же тенденции: все больший упор делается на прикладные дисциплины и все чаще свертываются исследования в тех областях, где привычные «показатели продуктивности» не работают. В течение нескольких последних поколений в британском высшем образовании огромным спросом пользовались такие спе-

циальности, как право, информатика, деловое администрирование. В каждом университете Великобритании есть несколько кафедр, содержащихся на средства спонсоров, и университеты этим очень гордятся. Все эти кафедры занимаются лишь некоторыми дисциплинами, и все чаще университеты подготавливают специальные программы для корпораций и даже читают курсы, оплаченные частным капиталом. Причем на университеты постоянно оказывается давление, чтобы их программы были «теснее связаны с реальными потребностями», «соответствовали требованиям жизни», чтобы при подготовке студентов им прививали соответствующие «навыки», давали им такие знания, которые облегчают смену профессии и превращают их в более эффективно и производительно работающих служащих.

Лиотар считает, что эти критерии могут использоваться не только по отношению к высшему профессиональному образованию, но и к образованию в целом: мотивами его получения должны стать слова «как я могу повысить свои возможности зарабатывать?», «как образование повлияет на мою конкурентоспособность?». Такая постановка вопроса должна изменить отношение не только к обучению в университете и средней школе, но и саму концепцию образования. С точки зрения Лиотара, использование перформативных критериев позволит рассматривать образование не как период жизни, в течение которого на человека обрушивается масса знаний, а как процесс, охватывающий всю жизнь, поскольку именно такой подход диктуется требованиями карьеры и работы. По словам Лиотара (Lyotard, 1993), «знание не будет больше передаваться *en bloc* [как единое целое], один раз и на всю жизнь, скорее оно будет сервироваться, как стол в ресторане, в соответствии с меню, причем будет рассчитано на уже зрелых людей, которые имеют работу или хотели бы работать, и целью его будет совершенствование их умений и повышение их шансов на продвижение по службе» (с. 49). Это очень близко к тому, что сейчас декларируется в сфере образования с повторяющимися призывами к «образованию, продолжающемуся всю жизнь» и к «гибкости» программ.

В-третьих, если мы переопределили цели образования и констатировали, что когда-то принятые критерии истинности себя изжили, то остается сделать вывод: использование критериев эффективности и товарности ведет к иному пониманию истины, она должна определяться через понятие полезности. Истинность перестала быть непререкаемой, университеты более не заняты ее поиском, ее стали интерпретировать в духе практических потребностей институтов общества. Таким образом, возникает определяющая черта постмодернизма: место ИСТИНЫ занимает «множество ис-

тин», и больше нет никакого общепринятого способа выбора среди элементов этого множества. Как утверждает Лиотар (Lyotard, 1988), отныне истина — вопрос выбора, остается только то, что принято в данном контексте считать истиной.

В связи с этим падает роль традиционных университетов, которые рассматривались как институты, обладающие прерогативой определять, что считать правдой (т.е. легитимизировать истину) и соответственно уменьшается роль интеллектуалов, и это очень важный процесс (Bauman, 1987). Лиотар считает, что интеллектуалы должны отстаивать ту правду, которая соответствует интересам общества, а сообществом может быть все человечество, простые люди, поборники просвещения, пролетариат или кто угодно. Едва ли нужно специально останавливаться на том, что концепция оценки знания с точки зрения его «перформативности» встречает сопротивление интеллектуалов, которые с пренебрежением говорят, что требование утилитарности превращает их в заурядных «технарей». Обычно ученые стремятся работать, писать и учить, забывая в своей деятельности о «соотношении входа и выхода» (Lyotard, 1993, с. 4), предпочитая обращаться к более широкой аудитории.

Однако попытки интеллектуалов отстаить свою точку зрения звучат даже в системе образования все глуше и глуше. Частично просто потому, что средств у них мало, а процесс постоянной дележки скудных ресурсов не способствует сохранению достоинства. Но есть и более глубокая причина: в послевоенный период для интеллектуалов исчез сам *raison d'être*. Ведь именно интеллектуалы претендовали на монопольное владение истиной, они всем навязывали свое видение проблем и потерпели в этом сокрушительное поражение. Лиотар, который сам одно время был коммунистом, указывает на важную роль провала марксизма на волне разоблачений ГУЛАГа и экономической несостоятельности марксистских режимов. Претензии марксизма на обладание истиной в последней инстанции более не выдерживали никакой критики, но ее не выдерживала и позиция интеллектуалов в целом, идет ли речь о классическом искусстве, литературе или истории. Сегодня, если кто-то будет утверждать превосходство определенной точки зрения, дисциплины, сферы деятельности или определенных устремлений, то о нем подумают, что он не бескорыстен, а его «господствующая фраза» оправданна не в большей (а скорее в меньшей) степени, чем еще какая-нибудь. По мере того как большинство британских университетов начинает присуждать ученые степени в области туризма, связей с общественностью и делового администрирования, любая идея, высказанная представителями других дисциплин — философии, английской филологии или истории

древних цивилизаций, — о том, что они представляют большую ценность, поскольку позволяют глубже познать истину, лучше понять суть человека в его связях со средой, и вообще эти дисциплины более фундаментальны, воспринимается, как издевательство или как повод обвинить человека, высказавшего такую идею, в отрыве от действительности или снобизме.

Тех причин, которые некогда позволяли «высоколобым» интеллектуалам с пренебрежением относиться к «технарям», сегодня больше не существует, они обратились в прах и пепел. Никто больше, подчеркивает Лиотар, не использует довода в пользу образования, который был в ходу начиная с эпохи Просвещения: лучше образованный человек — это лучший гражданин, хотя под этим лозунгом вводилось всеобщее образование. История показала, что эти надежды не оправдались: сегодня «никто не ждет, что из школы выйдут более достойные граждане, — говорит Лиотар (Lyotard, 1993), — из нее выходят лишь более квалифицированные люди, которые работают более производительнее; единственно, что дает образование, — шанс получать большую зарплату» (с. 6).

И, наконец, в-четвертых, критерии эффективности в применении к знанию изменяют наше представление о том, кого считать образованным человеком. До определенного времени образованным считался человек, который усвоил определенный объем знаний. Но вместе с процессом компьютеризации важнее стало не удерживать в голове эти знания, а уметь обращаться к соответствующим базам данных. В период постсовременности умение работать с терминалом более важно, чем багаж знаний. Беглое владение клавиатурой или навыки поиска информации приходят на смену традиционным знаниям (и достижения учащих в этом ценятся не менее, чем их успехи в традиционных академических дисциплинах) по мере того, как «банки данных становятся сегодняшними аналогами великой Энциклопедии» (Lyotard, 1993, с. 51).

Банки данных и умение их использовать в еще большей степени делают беспочвенными претензии традиционной интеллектуальной элиты. Появление банков данных — это «похоронный колокол для Учителя», поскольку «учитель не может соревноваться с банком данных в том, что касается передачи накопленного знания» (с. 53), и его шансы эффективно и изобретательно использовать такой банк действительно ниже, чем у *команды* специалистов, а в экономике потребность в таких командах все возрастает (поэтому и студентов все чаще обучают таким «навыкам», как «работа в коллективе», «лидерство», «принятие решений»).

Все это возвращает нас к понятию релятивизма знания. Перформативность, превращение знания в товар и явный провал «вели-

ких сказаний» приводят Лиотара к идее отказаться от идеи о том, что кто-то имеет привилегированный доступ к истине. Некоторые из интеллектуалов будут заламывать руки по этому поводу, но, как и другие сторонники постмодернизма, Бодрийяр и Ваттимо, Лиотар (Lyotard, 1993) считает, что упадок тоталитарной концепции истины

способен привести к большей свободе мысли и общества. С ростом общей ответственности, усилением взаимозависимости членов общества (и улучшением их способности находить общий язык) те, кто взял на себя определенные обязанности или возьмет их в будущем ...будут отличаться большей гибкостью, будут более толерантными.

(Lyotard, 1993, с. 7)

Одним словом, сегодня мы глубоко погружены в культуру постсовременности.

Критические комментарии

Каждый из философов, чьи взгляды мы рассматривали, решительный сторонник постмодернизма. Все они убеждены, что сегодня каждый здравый человек согласится, что мы живем в обществе постсовременности. Сложность моей позиции в том, что с последним утверждением я во многом согласен (хотя не согласен, что речь идет о принципиально новом типе общества), но не сторонник постмодернизма, что в свою очередь определяет мое отношение к обрисованному образу постсовременного общества. Постмодернисты часто высказывают интересные и стимулирующие идеи о последствиях развития информации. Я не думаю, что кто-то может оспаривать мнение, что вопросы значения сегодня играют важную роль (Бодрийяр), что произошел определенный сдвиг в модальностях общения (Постер), что возросло разнообразие и «радиус воздействия» СМИ (Ваттимо), и что в информационную сферу все шире проникают критерии эффективности и рыночные отношения (Лиотар).

Однако увлеченность постмодернистов релятивизацией любого знания, их полное отрицание истины, место которой заняло бесконечное разнообразие «истин», следует отвергнуть. И не в последнюю очередь потому, что эта теория внутренне противоречива, она содержит в себе известный с древних времен парадокс лжеца («критянин сказал, что все критяне лгут»). Как можно со-

гласиться с тезисами постмодернистов, если они утверждают, что тезисы ложны? Такие рассуждения Эрнст Геллнер предложил называть «метапустословием» (Gellner, 1992, с. 41). А как еще можно назвать рассуждения, авторы которых считают, что за самим дискурсом не кроется никакой реальности.

Утверждениям постмодернистов можно противопоставить принцип реальности, который утверждает, что наше воображение отражает действительность (Norris, 1990). Это принцип отнюдь не предполагает, что нам, простым смертным, дано узреть окончательную ИСТИНУ, которая сияет где-то там вдали, как звезда на небе. Чтобы установить истину, приходится использовать язык, потому что вне языка истины не существует. Но это не меняет того факта, что истина — нечто больше, чем упражнения в языке. Более того, вероятно, мы никогда и не постигнем истину во всей ее полноте, но мы можем приближаться к ней, формулируя ее более четко, опираясь на более полную аргументацию, более достоверную фактическую базу, более строгое знание и более надежные методологические принципы. Если отказаться от такого подхода, то «правду» религиозного фанатика придется рассматривать наравне с результатами, полученными бесстрастным исследователем (Gellner, 1992), и мы скатимся к тотальному релятивизму, чреватому катастрофическими последствиями (Gibbs, 2000).

Именно настаивая на релятивизме, Бодрийяр часто высказывает настоящие глупости. Он, конечно, прав, привлекая наше внимание к тому, что новости часто фабрикуются, и напоминая, что большинство из нас знакомы с событиями в Боснии, Косове или в Кашмире только на основании искусственных знаковых конструкций. Однако, когда Бодрийяр развивает эту мысль и приходит к заключению, что любые новости — не более чем подлог, его преувеличения превращаются уже в откровенную ересь. Это бессмыслица хотя бы потому, что новости (во всяком случае, заслуживающие этого названия), все-таки отражают события, это отражение может быть искаженной картиной того, что реально произошло, но об этих искажениях мы можем судить, с одной стороны, сопоставляя альтернативные новостные программы, показывающие одни и те же события и комментирующие одни и те же факты, с другой — учитывая, что все корреспонденты каждый на свой лад реагируют на одну и ту же эмпирическую реальность. Отказавшись от предположения, что реальность существует, мы не могли бы утверждать, хотя бы с какой-то степенью уверенности, что один репортаж отражает ее точнее, правдивее, чем другой; мы не могли бы сравнить картину событий на Балканах, какой ее доносили до нас репортеры ВВС, с картиной, которую на протяжении 1990-х го-

дов предлагали нам сербские СМИ. Если мы проводим такое сравнение, то должны отдавать себе отчет, что мы выбираем между более и менее адекватным отражением истинного положения вещей, истинного хода событий; именно возможность провести такое сравнение и опровергает точку зрения постмодернистов, которые считают, что нам доступна либо полная истина, либо вместо нее есть только бесконечный спектр «истин».

Не столь даже важно, точно отражают новости реальность или нет, важно, что сама эта реальность существует, и новости базируются на ней. Может быть, новости не воспроизводят ее так уж точно, но пока мы помним о существовании реального мира, мы, по крайней мере, не позволяем себе говорить таких глупостей как Бодрийяр (Baudrillard, 1991), когда он еще до того как прогремел первый выстрел войны в Персидском заливе, писал, что ее никогда не было, а все это розыгрыш, устроенный СМИ; после того как война закончилась, он заявил, что происшедшее было компьютерным моделированием ядерной войны (Baudrillard, 1992, с. 93–94).

Действительно, никто не спорит, что для большей части мира война в Персидском заливе была не более чем информационным событием, а до того как рекорд был побит сначала вторжением в Косово в 1999 г., а потом Афганской войной в 2001 г., война в Заливе была событием, которое освещали наибольшее количество СМИ, причем освещали очень односторонне и очень пропагандистски (Mowlana *et al.*, 1992). Наоборот, именно то, что люди сошлись во мнении об искаженном освещении войны в Персидском заливе, убеждает, что новости способны отражать события и что более или менее адекватное отражение событий можно отличить от лживого. В этом заслуга и таких журналистов, как Хьюго Янг (Young, 1992), который еще ходе боев призывал своих читателей опасаться той «иллюзии правды», которую несут грандиозные телевизионные репортажи. Предупреждая своих читателей: «все, что показывают разнообразные средства массовой коммуникации, на проверку может оказаться неправдой», он выделяет ключевую тему: «как журналисты, мы обречены оперировать полуправдами» и, собрав недостоверную версию, «мы вынуждены придерживаться ее». Поэтому скептическое отношение к репортажам действительно оправданно, но это только должно стимулировать нас самим искать надежную информацию. Частично эта информация все-таки просочилась в прессу; и тогда мы, например, узнали, что «по меньшей мере 100 тысяч иракцев были убиты или ранены во время войны, и тем самым концентрация жертв оказывается сравнимой с подобной в Хиросиме» (Flint, 1992), но Бодрийяр, увлеченный своей идеей «подделки», этой информации не заметил.

Отрицание Бодрийяром возможности поиска аутентичности весьма созвучно современному увлечению технологиями виртуальной реальности, которые позволяют испытать ощущения от полета на самолете или от управления автомобилем (а когда-нибудь и от интимной близости), а у нас в Англии — насладиться историческими пейзажами, которые создаются нашей «индустрией прошлого». Но и здесь мы готовы поспорить с воинствующим релятивистом Бодрийяром, который отказывается признать градуальность аутентичности. Чтобы решить, что делать с подделками под реальность, нужно сначала признать: нечто подлинное все-таки существует, и тогда, опираясь на критику, выделить то, что может с большим правом претендовать на аутентичность, а что с меньшим (Webster, 2000).

И, наконец, утверждение Бодрийяра, что перед нами только разыгрывается спектакль, лишенный всякого смысла, опять-таки отражает его пренебрежение к любым эмпирическим свидетельствам. Конечно, современный мир переполнен сбивающими с толку и постоянно мелькающими перед глазами знаками, но это совсем не свидетельствует о том, что знаки утратили значение. Да, действительно, однозначная интерпретация знаков стала делом исключительно трудным, но сложность — не повод утверждать, что знаки вообще стали не интерпретируемыми. Люди не ошалели от знаков, они не превратились в одураченное «молчаливое большинство», каким его представляет Бодрийяр.

Марк Постер в значительной мере повторяет мысли Бодрийяра, и его мнение вызывает примерно те же возражения. Но нужно сделать еще одно замечание по поводу его эволюционной теории. Модель развития процессов коммуникации, в которой на смену устному и письменному общению приходит обмен электронными сообщениями, по своей природе своей носит число технократический, детерминистский характер и вызывает упреки в упрощенчестве (Calhoun, 1993).

Конечно, Джанни Ваттини прав, обращая наше внимание на разнообразие точек зрения, которое проявляется с развитием медийной сферы. Телевидение дало нам, например, возможность, не выходя из дому, почувствовать, что ощущают люди, принадлежащие к другим культурам, и что чувствуют люди, живущие в нашем обществе (Meurowitz, 1985), и часто эти ощущения оказываются будоражащими и необычными. Однако более внимательный анализ массы эмпирических данных свидетельствует, что это разнообразие не так уж и велико, и причем некоторые, прежде всего американская и в меньшей мере европейская точка зрения, решительно преобладают (Tunstall, 1977). Заметьте, что в мировом прокате безусловно доминирует Голливуд, репортажи телевидения США рас-

пространяются телевидением всех стран мира, рок-музыка пишется в основном в трех центрах — Лондоне, Лос-Анджелесе и Нью-Йорке. Это не значит, что все другие точки зрения начисто игнорируются. Напротив, слышны голоса и других культур: появился, например, стиль рэп и фильмы, которые показывают жизнь больших городов глазами этнических меньшинств.

Но согласиться с тем, что СМИ позволяют теперь взглянуть на мир глазами людей других культур и при этом сами растут экспоненциальным образом, еще не значит признать, что они «множат реальности». Напротив, нужно согласиться с такими исследователями, как Герберт Шиллер, которые постоянно подчеркивают, что чужая точка зрения учитывается лишь в той мере, в которой это допускают идеологические и экономические соображения. Можно дать слово и другим культурам, но тому, что они хотят сказать, будет придана форма, приемлемая для медиакорпораций: их продукция должна продаваться, а это ограничивает коммуникативный потенциал таких культур, как китайская или украинская, и их возможности отвоевать заметное место в эфире.

Основное возражение Ваттимо и другим постмодернистам состоит в том, что их подход не опирается на анализ эмпирического материала, целью которого была бы оценка реальной продукции СМИ. Замечание Ваттимо, что распространение СМИ привело к формированию «альтернативной реальности» кажется остроумным. Однако, чтобы двигаться дальше, нужно понять, что скрывается за этим общим положением, показать, как изменилось видение мира (учитывая очевидные ограничения в доступе к средствам массовой информации) и в каком соотношении находятся разные взгляды. Для этого нужно понять, какую роль в этом играет власть, а этот фактор постмодернисты решительно игнорируют (даже если они и повторяют, как заклятие, что власть вездесуща).

То же отсутствие эмпирической базы характерно и для работ Лиотара, хотя его идея о влиянии критериев перформативности и товарности на развитие информации и знания действительно ценна. Любой согласится, что влияние этих критериев сказывается сразу в огромной количестве областей: в издательском деле, где все чаще правят бал «блокбастеры» и руководства типа «сделай сам», на телевидении, где рейтинги стали основной мерой успеха передачи, потому что с ними связаны поступления от рекламы, в области исследований и разработок, поскольку инвесторы ждут решений, которые принесли бы коммерческий успех, а ученым приходится отказываться от прав на свои достижения; в сфере интеллектуальной собственности, которая все чаще защищается с помощью патентных заявок. Но самое существенное, что Лиотар обратил вни-

мание на исключительно важную, но обычно остающуюся в тени сферу информационного общества, — на образование, и показал, как и туда проникают критерии перформативности и коммерциализация (Robins and Webster, 1989).

Основной вопрос к Лиотару связан у меня, однако, с его выводом о том, что вера в истинность любого знания утрачена, и для нас единственный выход состоит в том, чтобы просто ликовать по поводу своего освобождения от «тирании» истины. При этом его совершенно не интересует ничего, что связано с властью и корыстными интересами, хотя именно эти интересы и приводят к доминированию критериев перформативности и превращению информации в товар. Более того, если кто-то займется анализом этих процессов («это так потому-то и потому-то, и ситуацию можно изменить») и выявит тех, кто ради власти и корыстных интересов навязывает нам эти критерии, предлагая при этом возможный способ добиться изменения положения вещей, то, с точки зрения Лиотара, он станет сторонником взглядов Просвещения, то есть займется безнадежным делом совершенствования нашего мира.

Постсовременное общество

Мои возражения постмодернистам не могут изменить факта, что действительно возникло нечто, что можно назвать постсовременностью. Я не верю, что исчезли значения, и не вижу твердых доказательств этого, еще меньше вижу оснований считать, что люди не различают реальности и фантазий (если заглянуть в ежегодник «Общественные отношения в Великобритании» — *British Social Attitudes*, — у нас появятся сомнения, действительно ли в нашем обществе царит такая пестрота мнений, о которой рассуждают постмодернисты, по поводу ряда вопросов, от семейных отношений до безработицы, члены общества придерживается очень сходных взглядов). Тем не менее следует согласиться, что в обществе действительно получили распространение гедонистические настроения, эгоцентризм (хотя правильнее было бы сказать не «эго», а «децентризм», несфокусированность) и скептическое отношение к любым провозглашаемым истинам, высмеивание, а то и враждебность к «экспертам», увлечение всякими модными новинками, необычными ощущениями, склонность к иронии, стилизациям и поверхностности.

В конце 1980-х годов Зигмунт Бауман (род. 1925) опубликовал серию замечательных очерков, в которых описывал постсовременное общество. Хотя в этих очерках мало эмпирических данных, но его взгляд отличался удивительной проницательностью. Современ-

ное общество Бауман описывает как общество, стремящееся к порядку, стабильности и контролю над своими членами. Чтобы осуществить свои стремления, это общество использует государство, роль которого состоит в том, чтобы присматривать за своими гражданами, планирование, по крайней мере, в тех пределах, в которых это реально, рациональный подход, который призван принести большую уверенность в будущем и в том, что в будущем дела пойдут лучше. Постсовременность, наоборот, отличается нестабильностью и ощущением ненадежности, свертыванием роли государства и торжеством глобального рынка, который обещает свободу выбора, но заставляет людей опасаться за свое будущее, подозрительно относиться ко всему рациональному и особенно к экспертам, которые утверждают, что они лучше, чем кто-либо, понимают происходящее. Для постсовременности характерна замена контроля государства контролем потребителя, испытывающего при этом все соблазны консюмеризма; характерна необходимость жить в мире, полном двусмысленностей и неопределенности (Bauman, 1997).

Бауман если и не сводит постсовременность к капитализму, то подчеркивает их тесную связь. Толчок к бурному развитию неолиберализма дало падение коммунизма и ускорение глобализации, которая стала ключевым элементом развития потребительского, поверхностного стиля жизни, который характерен для постсовременности. Бауман не очень четко прослеживает связь между капитализмом и постсовременностью, но то, что он подчеркивает ориентацию этого общества на рыночные ценности, противопоставляет его постмодернистам, которые считают, что постсовременность представляет собой решительный разрыв с прошлым. И другие исследователи, которые пишут о том, что общество, в котором мы живем сейчас, это результат исторического развития капитализма, хотя они и делают это гораздо хуже Баумана. Таким образом, постсовременность обладает набором качеств, которые могут быть выявлены упорным исследователем, а когда они выявлены, то помогают разобраться в изменениях, переживаемых нашим обществом.

Некоторые исследователи постсовременности отказываются говорить о ее исторических корнях. Например, Фредерик Джеймсон в своем получившем известность очерке (Jameson, 1991) ограничивается замечанием, что «возникновение постсовременности укладывается в логику развития культуры позднего капитализма». Для Джеймсона культура реализма соответствовала рыночному капитализму, культура модернизма (сюрреализм и т.п.) — монополистическому капитализму, а постмодернизм демонстрирует свое близкое родство с капитализмом эпохи потребления. Скотт Лэш и Джон Юрри (Lash and Urry, 1987) подходят к анализу постсовременности

сти примерно таким же образом, связывая появление этого стиля жизни с возникновением «сервис-класса» — прослойки образованных, ориентированных на карьеру, на высокую мобильность людей с индивидуалистической системой ценностей и слабыми связями с «общиной».

Лишь Дэвид Харви (Harvey, 1989b) решился указать на причинные связи. С его точки зрения, особенности постсовременности связаны с изменениями в способе накопления капитала. Проще говоря, именно в гибкости, которая свойственна современному капитализму — в способности работников наемного труда к быстрой адаптации в потоках инноваций, в ускоренном развитии — нужно искать корни культуры постмодернизма. Харви считает, что если в послевоенный период, когда в организации производства преобладал фордизм, а основную массу составляли стандартизированные товары, изготовленные на конвейере, то сегодня на смену фордизму пришел постфордизм, когда предлагается широкий выбор товаров, огромное разнообразие услуг и экономическая система сильно отличается от системы прошлого с ее перманентными кризисами; в новой системе мы сталкиваемся с новыми проблемами (внедрение информационных технологий, конкуренция во всемирном масштабе, глобализация) и стараемся найти их решение, «повышая гибкость производственного процесса» и соответственно «гибкость системы потребления». Эти тенденции и приводят к возникновению культуры постсовременности. По словам Харви:

на смену относительно устойчивой эстетике фордистского модернизма приходят нестабильность, брожение, мимолетность эстетики постмодернизма, которая высоко ценит оттенки, эфемерность, броскость, моду и товарность всех форм культуры.

(Harvey, 1989b, с. 156).

Таким образом, переход к постмодернизму соответствует переходу от фордизма к постфордизму, о котором мы говорили в главе 4.

Интересно, что Дэниел Белл, который исходил из совершенно других предпосылок, чем Харви, также склонен объяснить (по крайней мере, частично) возникновение постсовременности как результат «развития самой капиталистической системы» (Bell, 1976, с. 37). Белл считает, что поскольку капитализму удалось создать и сохранить массовое потребление, т.е. дать людям возможность пользоваться автомобилями, носить модную одежду, смотреть телевидение и пр., это привело к возникновению некой новой куль-

туры (в середине 1970-х годов он еще не мог назвать ее культурой постсовременности), которая отличается погоней за удовольствиями, гедонизмом и преобладанием ощущений над значениями (Bell, 1990). Причем эта культура оказалась не в ладах с трезвостью и эффективностью — основными ценностями, которые обеспечили ошеломляющий успех капитализма.

Эти взгляды на возникновение культуры постсовременности мне представляются убедительными. Они анализируют исторические события и основываются на большом количестве эмпирической информации. Но, конечно, убежденный сторонник постмодернизма сочтет их еще одной претенциозной попыткой создать «великое сказание», тем более что Харви объясняет возникновение постсовременности в рамках внутренней логики развития капитализма, а Белл стоит на позициях Нового времени, рассматривая постсовременность как результат деградации предшествующей культуры.

Для постмодернистов такие объяснения вообще неприемлемы, поскольку предполагают наличие истины там, где ее не может быть. Харви, например, претендует на то, что понимает истинный смысл культуры постсовременности, ссылаясь на скрытую за ней экономическую реальность, но с точки зрения постмодернизма он только демонстрирует свою собственную приверженность принципам марксизма и высокомерно считает тех, кого он изучает — сторонников постмодернизма, — «одураченными» и неспособными видеть во всем происки капитализма, на что способен, конечно, только просветленный профессорский разум. Для постмодернистов точка зрения Харви — одно из возможных прочтений истории среди бесконечного множества других возможных, и отличается от них разве что вредоносностью (Morris, 1992).

Конечно, нужно отметить, что каждый из рассмотренных подходов может вызвать критические замечания, в которых будут отмечены недостатки, упущения и даже предрассудки авторов. Например, Дэвиду Харви следовало бы согласиться, что его книге не повредило, если бы автор внимательнее отнесся к женскому вопросу (Massey, 1991). Но одно дело критика, а другое — согласие с постмодернистской догмой, что все относительно, все зависит от интерпретации и ничего нельзя анализировать по существу. Можно соглашаться, что любой анализ не полон, но это не причина его отвергать и считать его еще одним «прочтением», потому что можно *показать*: одни подходы полнее отражают существо дела, а другие — менее полно. Другими словами, нам приходится еще раз вспомнить, что постмодернистское любование релятивизмом бессмысленно, само утверждение релятивизма в качестве абсолютно-го принципа уже приводит к парадоксу.

Резюме

В применении к описанию мира, в котором мы живем, термин «постсовременность» не лишен смысла. Говоря о постсовременности, мы имеем виду характерное для нашего мира состояние брожения, неустойчивости, текучести, скепсиса, иронии и нестабильности любых отношений. Один из наиболее выдающихся социологов, занимавшихся постсовременностью, Зигмунт Бауман, в качестве одного из основных признаков нашего времени указывал на нашу постоянную неуверенность, которая является обратной стороной огромного пространства выбора, которое у нас появилось. Мы колеблемся во всем, начиная от цвета волос до решения, поддерживать нам *Amnesty International* или нет. Попав в постсовременность, мы понимаем, какое количество препон исчезло с нашего пути по сравнению с предшествующими поколениями, но одновременно мы оказываемся перед тяжким выбором, как нам жить дальше, при том что ясные критерии для выбора исчезают. Бауман также обращает наше внимание на постоянно возникающие перед нами «соблазны», которыми постоянно искушают нас реклама, маркетологи и знаменитости, используя все возможности СМИ и других средств воздействия на наше воображение, тогда как предшествующая система постоянно стремилась держать под контролем источники этих соблазнов. Внимание, которое уделяют постмодернисты знакам и значению, симуляции и неаутентичности, влиянию критериев перформативности, если они применяются к знанию и информации, особой роли электронных способов распространения информации, — представляют интерес для изучения явления информационной революции.

Хотя при этом очень сомнительно, что мы «действительно вступаем в новую историческую эпоху» (Crook *et al.*, 1992, с. 1). Напротив, большая часть особенностей, которая приписывается постсовременности, вполне объяснима в терминах давно уже наблюдающихся тенденций развития общества. Такие объяснения уже предлагали социологи вроде Герберта Шиллера, Юргена Хабермаса, Энтони Гидденса и Дэвида Харви. Как и теория постиндустриального общества, теория постмодернизма провозглашает примат информации и одновременно появление совершенно нового типа общества. Но так же как и в случае постиндустриального общества, эта теория не выдерживает испытания критикой.

10

СУЩЕСТВУЕТ ЛИ ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЩЕСТВО?

Целью этой книги было исследование роли информации в современном мире. Мы хотели узнать, как и почему информацию стали считаться, вероятно, основным фактором, влияющим на нашу сегодняшнюю жизнь. Отправным пунктом стало для меня утверждение, которое единодушно повторяют многие исследователи современности. Они все признают, что дело не столько в количественном росте информации, сколько в том, что она стала играть основную, стратегическую роль в нашей деятельности, начиная с отдыха, включая деловую активность и работу правительства.

Но как только мы делаем шаг дальше, от этого согласия исследователей не остается и следа. Хотя все согласны, что информации стало больше и это как-то влияет на современный образ жизни, дальше идут одни разногласия. Понимая это, я попытался выделить основные направления исследований и главные подходы к изучению и объяснению того, что происходит в информационной сфере, и почему события разворачиваются именно таким образом. При этом мне хотелось выяснить, из каких предпосылок исходят сторонники каждой точки зрения, что у них общего с другими подходами, и как это все соотносится с доступными эмпирическими данными, а потом, если смогу, высказать и свое отношение к изложенному.

При этом я последовательно игнорировал концепцию информационного общества, хотя к ней очень часто обращаются как в социальных науках, так и за их пределами. Это не значит, что эта концепция совершенно бесполезна. В конце концов понятия — это только средства придать форму нашим мыслям, они помогают упорядочить наше восприятие действительности. Они в состоянии сделать предмет нашей мысли более ясным или, наоборот, затемнить его. Но процесс постижения действительности и углубленного ее понимания невозможен без критики, и часть этой критики — избавление от понятий, которые мы некогда ввели, потому что не могли предложить более адекватную классификацию. Поня-

тие информационного общества до какого-то момента было полезно, оно, по выражению Дэвида Лайона, который ссылается на покойного Филиппа Эйбрамса (Abrams, 1982), было «проблемным» и позволило ввести «рудиментарную организацию в поле явлений, которые подлежали исследованию» (Abrams, в кн.: Lyon, 1988, с. 8). Эта концепция помогла исследователям сосредоточиться на ряде различных явлений и рассматривать их в совокупности. Среди этого многообразия явлений — сдвиги в структуре профессий, появление новых средств распространения информации, «оцифровывание» всего вокруг, изменения в сфере высшего образования. Хотя понятие информационного общества и играло важную роль, оно вводило в заблуждение, особенно тем, что намекало на существование нового типа общества. Я полностью убежден, что для понимания современного общества очень важно разобраться в тенденциях развития информации, но сценарии, в которых фигурирует информационное общество, мало помогают в решении этой задачи.

Задача этой книги — детально разобраться в предпосылках и оценках различных теорий информационного общества. Очень многие исследования эры информации начинались с наивного утверждения, справедливость которого принималось как нечто очевидное: «произошла “информационная революция”, которая имела важные социальные последствия, из этих последствий можно предвидеть такие-то и такие, а такие-то уже можно наблюдать». Такой тривиальный подход и такая замечательно прямолинейная логика: технологические инновации привели к социальным изменениям! Даже жалко разочаровывать авторов и обращать их внимание на то, что отправная точка их исследований, если они хотели изучить тенденции развития информации и изменения в других сферах, была выбрана неверно. Сейчас, по крайней мере в социальных науках, стали избегать технократического детерминизма, который долгое время доминировал в рассуждениях на тему информации (хотя, как можно убедиться, не всегда: в более замаскированном, а иногда и в явном виде детерминизм продолжает существовать).

При этом я уверен, что мы пришли к гораздо более глубокому пониманию роли феномена информации в современном обществе после работ таких исследователей, как Герберт Шиллер, Энтони Гидденс, Мануэль Кастельс и Зигмунт Бауман. Кто останется равнодушным к аргументам, например, Дэниела Белла, который показал, что увеличение занятости в сфере услуг, то есть в профессиях, связанных с обработкой информации, приводит к очень важным последствиям для развития постиндустриальных обществ? Разве не поразительны выводы Гидденса о том, что корни совре-

менного информационного общества нужно искать в активном отслеживании разных сторон жизни, которое стало необходимым после возникновения в мире национальных государств? Разве не стоит серьезно прислушаться к идее Герберта Шиллера, который писал, что информационный взрыв в послевоенные годы стал в значительной мере следствием стремительного развития корпоративного капитализма? Вам не кажутся тревожными и вызывающими озабоченность мысли Юргена Хабермаса о свертывании «публичной сферы», которая так важна для существования демократии и в которой вырабатывается «кислород», необходимый для ее существования? Почему бы не согласиться с важностью вывода о влиянии на информацию перехода от фордистского способа организации производства к постфордистскому? А вы не чувствуете себя заинтригованными афористичными высказываниями Жана Бодрийера по поводу знаков и симуляции или выделенным Жан-Франсуа Лиотаром принципом перформативности, который он считает основополагающим при описании процессов создания и использования информации в эпоху постсовременности? Познакомившись с идеями философов и социологов такого калибра, мало кто осмелится сказать, что большинство дискуссий об информационной эпохе были всего лишь тратой времени.

Конечно, я бы слукавил, если бы сказал, что в мои планы входило исключительно изложение различных точек зрения на развитие информации. Если вы добрались до этого места в моей книге, то вы уже знаете, что некоторые из них я нахожу убедительными, а другие — не очень. Я не скрываю своего отношения к этим теориям и причинам, по которым я отдавал предпочтение некоторым из них. Тем не менее многие критики, которые откликнулись на первое издание этой книги, выражали разочарование тем, что я не сформулировал достаточно ясно своей точки зрения на информацию. Поэтому в данной главе я изложу собственную позицию.

Если вы пытаетесь разобраться в том, как устроена информационная сфера и чем она так важна для нашего общества, то нужно, конечно, прежде всего обратиться к идеям Герберта Шиллера, Юргена Хабермаса и Энтони Гидденса, а также к большому количеству публикаций, которые появились под влиянием их идей. Это не значит, что вкладом в решение этой проблемы Дэниела Белла, Жана Бодрийера или Марка Постера можно пренебречь. Наоборот, анализируя их работы, я пытался найти в них позитивные элементы и, насколько позволяли мои способности, выделил эти элементы. В частности, трилогия Мануэля Кастельса *The*

Information Age представляется единственным на сегодняшний день убедительным анализом этого явления, хотя мне трудно согласиться с подходом автора.

В своих предпочтениях я руководствовался двумя основными принципами. Во-первых, я сопоставлял подходы, отдавая преимущества тем, которые позволяли лучше объяснить, что происходит, и в большей степени подкреплены эмпирическими данными. В целом работы «критического теоретика» Герберта Шиллера (в трудах которого теоретические построения удачно сочетаются с фактическим материалом), Юргена Хабермаса и историка общества Энтони Гидденса показались мне более убедительными, чем сочинения энтузиастов постиндустриального и постсовременного общества. Возможно, я говорю очевидные вещи, но все-таки хочу подчеркнуть: мои пристрастия не заходят так далеко, что я готов согласиться со всем, что написано этими исследователями, тем более что Шиллер, Хабермас и Гидденс далеко не полностью сходятся в том, что является определяющими чертами информационной сферы. Читателям должно быть ясно, что в центре внимания Шиллера находятся черты, которые обусловлены спецификой капитализма; Хабермаса интересует то, что обеспечивает демократическую дискуссию; и оба они отличаются от Гидденса, который основное внимание уделяет роли государства, и особенно всему тому, что касается влияния гражданства и выполнения государством своих оборонных функций на сбор и использование информации.

Но при всем различии точек зрения исследователей, вклад которых мне кажется особенно важным для понимания роли информации в современном обществе, у них есть и важная общая особенность, отличающая их от тех, кто, как мне кажется, сделал для этого понимания меньше. Именно эта деталь является тем самым «во-вторых», которым я оправдываю свои предпочтения. Общее, что есть у Шиллера, Хабермаса и Гидденса, — убеждение, что исследованию подлежит *информатизация* нашего образа жизни, и сам процесс этой информатизации продолжается, возможно, уже несколько столетий, хотя за последнее время, после индустриализации и возникновения национальных государств в XIX в. он ускорился. А в XX в. с глобализацией и возникновением международных организаций он идет вообще стремительными темпами, захватывая и связывая рыночными отношениями те регионы, которые до тех пор были географически удалены от центров развития, и области, которые были слишком личными.

Я имею в виду, что эти исследователи рассматривали развитие информации в терминах исторических прецедентов и преемственности. При этом каждый из них в своих работах выделял те явле-

ния, которые на протяжении истории особенно сильно воздействовали на формирование способов работы с информацией, и, наоборот, исторические процессы, на которые заметно повлияли появившиеся методы работы с информацией. Естественно, что это взаимное влияние зависело от разнообразных и непредвиденных обстоятельств, но оно всегда было направлено на сохранение существующих форм организации общества. Так, в частности, Герберт Шиллер отстаивал точку зрения, что на формирование и современное состояние информационной сферы сильнее всего влияет специфика капиталистического общества с характерным для него доминированием крупных корпораций, с императивами рынка и особенно с его классовым неравенством. Точно так же исследователи, обеспокоенные деградацией публичной сферы, готовы объяснять распространение лжи, дезинформации, инфоразвлечений, управления посредством информации во всех его разновидностях проникновением во все сферы жизни рыночных отношений и превращением информации в товар. Поэтому для исследователей информационный взрыв — одно из проявлений взлетов и падений, которых было много в истории накопления капитала.

Другой пример — подход Энтони Гидденса к информации. И он рассматривает ее развитие в историческом контексте, а именно, в контексте становления национального государства и связанного с этим наступления Нового времени с характерным для него индустриальным способом ведения войн, возникновением гражданства и связанными с ним правами и обязанностями. Сходный подход вытекает из идей теоретиков школы регулирования (Regulation School), в которых тенденции развития информации объясняются в терминах предпосылок и следствий перехода к стадии развитого капитализма со свойственными ему циклами спадов и реструктуризации, связанными с угрозами и благоприятными ситуациями, которые создает глобализация.

Те, кто придерживаются принципа исторической преемственности, не утверждают, что в наше время ничего не изменилось. Напротив, уже само явление информатизации свидетельствует, что изменения происходят, и их результат сказывается в том, что информация занимает в нашей жизни гораздо более важное место, чем прежде. Тем не менее они отвергают идею информационной революции, которая изменила сложившийся порядок вещей, привела к появлению совершенно нового социального устройства, не существовавшего прежде. Когда приходит черед этих исследователей объяснять, в чем состоит информатизация, они настаивают на том, что это новое выражение давно возникших и сохраняющихся социальных отношений. Эти исследователи исходят из убеж-

дения, что основные силы в обществе, которые и привели его к информатизации, сохранятся и в третьем тысячелетии.

Мои доводы в пользу идеи информатизации общества как непрерывного процесса, вызванного давно известными факторами развития общества, станут понятнее, если сопоставить их с идеями противоположного характера, принадлежащими таким ученым, как Дэниел Белл, Ларри Хиршхорн, Джанни Ваттимо и Марк Постер. Между ними много разногласий в подходах, но есть и общее — идея слома, примат *изменения* над преемственностью. В рамках этого подхода рассматриваются изменения такого масштаба, которые привели к возникновению принципиально нового вида общества, представляющего собой системный разрыв с предшествующим состоянием. Для обозначения нового состояния было предложено много терминов, начиная с получившего широкое распространение информационного общества, до постиндустриального общества, постсовременности, информационной эпохи и эпохи гибкой специализации (*flexible specialization*).

Нужно отдать должное воображению этих теоретиков: в своем анализе они всегда делали упор на необычность информационного общества, на то, что делает его непохожим ни на одно другое. В этой книге я пытался показать, что это не так, и приводя свои аргументы, постоянно обнаруживал, что повторяю аргументацию тех, кто настаивал на непрерывности изменений.

Мне не кажется, что споры между сторонниками и противниками непрерывности развития бессодержательны и основаны на недоразумениях. Недоразумением я бы считал здесь категорическое «да» или «нет»: все преемственно или все изменяется. Такой прагматик, как я, будет настаивать (и небезосновательно), что скорее перед нами смешанная картина: что-то изменяется кардинально, но в чем-то сохраняется и преемственность. Впрочем, можно понять разочарование тех, кто хотел бы немедленно получить ответ на вопрос, как устроен мир, а не участвовать в методологическом споре о скачкообразных изменениях и преемственности. Я и сам отношусь к таким людям и предпочитаю анализировать существо дела, а не возвращаться еще раз к набившим оскомину старым спорам социологов.

Тем не менее даже прагматику время от времени приходится отвечать на вопрос, где основной фактор, в изменениях или преемственности? От этого вопроса не так легко уклониться, да и не стоит этого делать. Мне кажется, что разобраться в сути можно, сопоставляя мнения и выясняя, какое из них опирается на более прочную эмпирическую базу. Именно этот подход я и пытался применить в данной книге, и он привел меня к выводу, что все-

таки преемственность в данном случае преобладает над кардинальными изменениями. Существуют и еще две причины с осторожностью относиться к идеям о принципиально новом характере информационной эпохи. Одна — ловушка презентизма, то есть представления, что наше время радикальным образом отличается от всего, что было до него. Конечно, различия есть: совершенно очевидно, что каждый момент времени уникален. Но если рассматривать события в исторической перспективе, то видно, как легко допустить ошибку, переоценивая значение новаций. Вторая причина приходит на память, когда видишь, с каким энтузиазмом сторонники новой информационной эпохи предлагают принять все, что она с собой несет на том основании, что мы уже вступили в новую эпоху. Так легко убедить людей, что они ничего больше не могут изменить, а должны вести себя так, чтобы лучше приспособиться к реалиям новой эпохи. Напротив, если мы будем выявлять, что было раньше и как возникли новые реалии, и при этом сделаем акцент на преемственность, то у нас появится надежда: что было сделано руками человека, то может быть этими руками и исправлено.

С моей точки зрения, понять тенденции развития информации можно, только учитывая историю развития капитализма и его потребностей. История, конечно, не стоит на месте, поэтому никто не утверждает, что капитализм сегодня такой же, каким он был вчера. Информационный капитализм наших дней существенно отличается от корпоративного капитализма, который сформировался в первые десятилетия XX в., а последний — далеко не то же самое, что капитализм периода либерального *laissez-faire* середины — конца XIX в. Говоря о современном капитализме, нужно учитывать его специфические черты: роль огромных транснациональных корпораций, интенсификацию и глобальные масштабы конкуренции (которая, в свою очередь, вызвала стремительные изменения в самой структуре капитала), относительное сокращение роли национального суверенитета и, конечно, прежде всего глобализацию. Хотя глобализация — это исключительно сложный феномен, она сводится в основном к тому, что весь мир выстраивается в соответствии с западной моделью. Об этой тенденции, причем нисколько не пытаясь ее оправдать, что удивительно, написал в своей книге *The Lexus and the Olive Tree* обозреватель *New York Times* Том Фридман (1999). Фридман пишет, что «монастырь может жить только по одному уставу», и это тот устав, который принят в Соединенных Штатах, у них — наибольшие шансы заставить весь мир вести себя по их правилам. Это немножечко напоминает ситуацию 2000 г. в гольфе, когда все определял [Эльдрик] Вудс по прозвищу *Tiger Woods*, самые лучшие из его соперников

задавались тогда единственным вопросом: «Кто выйдет на второе место?». Сегодня «Америка доминирует в мире: все решают ее мощь, ее культура и ее доллар, и ее ВМС» (с. xiv), поэтому глобализация — это триумф США как ведущей капиталистической державы, и неизбежным следствием этого триумфа стала определенная «гомогенизация» всего остального мира. Мир утрачивает свою разнородность, приспособляясь к Америке. Как пишет Фридман, глобализация — это путь «от биг-мака через “Макинтош” к Мики-Маусу» (с. 9). Утверждая это, я совсем не хочу сказать, что «выстраивание» всего мира по западному образцу принесет стабильность. Напротив, еще одной особенностью глобализации стало усиление конкуренции: некогда изолированные друг от друга миры оказались связанными друг с другом, и это стало, как отмечает Фридман, источником неуверенности и одновременно возрастания темпа изменений (Soros, 1998; Greider, 1997). Основная тема его книги — рост напряженности, который возникает между реальностью постоянно меняющегося, нестабильного мира, который поставил на конвейер создание инноваций (*Lexus*), и человеческой потребностью в определенности, в корнях и в общинной жизни («оливковое дерево»). Но будущее, как считает Фридман, за *Lexus*.

Я хочу еще раз подчеркнуть, что глобализация равносильна торжеству того, что можно было бы назвать цивилизацией бизнеса. Используя это выражение, я хочу сказать, что мир при всем своем разнообразии, все в большей мере следует ряду общих принципов, которые будет перечислены ниже.

- ◆ Способность платить становится основным критерием, который определяет доступ к товарам и услугам.
- ◆ Услуги будут все чаще предоставляться частными фирмами, а не общественными службами.
- ◆ Доступ к товарам и услугам будет определяться прежде всего на основе рыночных критериев; выживет то, что приносит прибыль, а то, что приносит убытки, исчезнет.
- ◆ Основным способом регулирования рынка станет конкуренция в противоположность административным мерам.
- ◆ Товарные отношения, то есть отношения, которые регулируются спросом и предложением, станут основной нормой.
- ◆ Частная собственность будет преобладать над государственной.
- ◆ Наемный труд станет основной формой организации трудовой деятельности.

Естественно, что перечисленные принципы — приближенное описание того, что произойдет на самом деле, но едва ли можно

спорить с тем, что в течение последних десятилетий они получают все более широкое распространение.

Есть целый ряд причин, по которым так и должно быть, и несмотря на отдельные очаги сопротивления, в последнее время мы, по-видимому, становимся свидетелями массивного вторжения в наш мир «цивилизации бизнеса». Нужно подчеркнуть, что этот процесс идет как вглубь, так и вширь. Вглубь — в том смысле, что рыночные отношения вторгаются в частные сферы жизни, которые и на Западе оставались свободными от этих отношений. На память приходит, конечно, воспитание детей (бездна игрушек и телевидение для молодежи), снабжение провизией (сегодня уже, наверное, каждый полагается в этом отношении на ближайший супермаркет, хотя еще совсем недавно многие семьи в значительной степени зависели от урожая на своем приусадебном участке и продуктивности собственного скота), полный упадок таких занятий, как домашнее шитье и вязание (Seabrook, 1982b).

Если речь идет о распространении глобализации вширь, то нужно вспомнить о многих регионах, которые недавно содержали себя сами. Очевидным, хотя и незамеченным, процессом становится исчезновение крестьянства на значительной части земного шара. Образ жизни большей части населения мира, а в 1900 г. считалось, что 9 из 10 его жителей — крестьяне (Ponting, 1999, с. 13), изменился за рекордное время, и крестьянство сейчас находится на грани исчезновения (Worsley, 1984). Страны с наибольшей долей крестьянского населения в 1900 г. — Китай и Россия — больше нельзя считать крестьянскими, а в Европе крестьянство, похоже, исчезло вообще. И понятно почему: крестьяне с антипатией относятся к рыночной цивилизации. В большинстве своем крестьяне вели натуральное хозяйство, с подозрением относились к техническим новшествам, наемному труду и дистанцировались от рынка. Поэтому их образ жизни исчезает, а земля включается в сферу бизнеса, происходят инкорпорации в эту сферу того, что раньше находилось вне ее (Robins and Webster, 1999).

Возможно, что некоторые из моих читателей увидят в сказанном определенную ностальгию по временам, когда капитализм еще не торжествовал своей победы. Но я хотел бы возразить. Во-первых, развитие капитализма никоим образом не ухудшило положения потребителей. Напротив, для тех, у кого есть средства, гораздо удобнее покупать пищу и одежду в магазине, а не печь хлеб дома и не носить дурно сшитую и немодную одежду. Уровень жизни даже неимущих при капитализме гораздо выше, чем уровень жизни большинства крестьян. Во-вторых, и раньше крестьянство истреблялось разными методами. Среди этих методов были репрессии и

лишение земли, но самым эффективным методом оказались рыночные отношения, поскольку они предлагают такое разнообразие возможностей, которого никогда не было в крестьянском обществе. И, наконец, говоря об успехе капитализма, не следует забывать о провале его основного соперника, коммунизма. Дискредитированный в политическом плане коммунизм оказался несостоятельным и в экономической сфере, поскольку не мог ничего противопоставить динамичному развитию Запада. Вместе с тем у капитализма есть такие черты, которые заставляют жалеть о торжестве рыночной цивилизации. Тем не менее приходится признать, что капитализм выиграл соревнование, и его успех означает, что весь мир постепенно будет втянут в его орбиту и подчинится его организационным принципам.

Но при этом я должен подчеркнуть, что его успех — на это указывает название его новой стадии «неолиберальный консенсус», которое превратилось в фундаментальный принцип всех правительств в мире, — это не возврат к предшествующему состоянию. Кроме прочего, глобализация означает, что назад, к *laissez-faire* XIX в. пути нет. Предпринимательское общество сложилось в ту эпоху и сохранило многие черты фритрейдерства, но ситуация тем не менее существенно изменилась, прежде всего из-за появления корпораций, сфера деятельности которых распространяется на весь мир. Они продолжают интенсивно конкурировать друг с другом, но не с предприятиями среднего и малого бизнеса, которые занимают периферийные позиции. Сегодня в мире капитала доминируют такие корпорации, как *General Motors*, *Shell*, *Matsushita* и *Siemens*, которые располагают колоссальными средствами для проведения исследований и разработок (затрачивая на них иногда более миллиарда долларов в год), мощной правительственной поддержкой и возможностью проводить широкомасштабные маркетинговые кампании. Кроме того, глобальный капитализм в режиме реального времени связан с финансовыми рынками, объемы торгов на которых превышают триллион долларов ежедневно, а сделки совершаются с недостижимой ранее скоростью (результаты их уже привели в 1990-е годы к финансовым кризисам в России, Малайзии, Мексике и Испании). Капитализм сегодня — беспрецедентные размеры сделок, осязаемая тенденция к разделению труда во всемирном масштабе, тенденция к созданию универсальных брендов и организации продаж в таких же масштабах.

Я стараюсь обратить ваше внимание на новые черты капитализма, и мне кажется существенным подчеркнуть, что основные его принципы остались прежними, они только укрепились и применяются более широко. Глобальная экономика сегодняшнего дня —

результат использования уже известных методов: рыночных механизмов, производства товаров и услуг частными, а не общественными структурами, получения прибыли как основной движущей силы, использования наемного труда и принципа платности услуг и товаров. Короче говоря, глобальное сетевое общество, в котором мы сегодня оказались, — более полное воплощение, или, если угодно, трансмутация, хорошо известных принципов капиталистического общества. Как замечает Кришан Кумар (Krishan Kumar, 1995), информационный взрыв

не произвел никаких радикальных сдвигов ни в том, как организованы индустриальные общества, ни в том, куда направлено их развитие. Господствуют те же императивы получения прибыли, власти и контроля, как это было всегда в истории капиталистического общества. Различие не в самих принципах его организации, а в том, насколько широко и последовательно они применяются.

(Kumar, 1995, с. 154).

Над работами Герберта Шиллера частенько посмеиваются, упрекая автора в отсутствии глубокой теоретической подготовки, но именно в них, как мне кажется, наиболее ясно изложен вопрос о связи между торжеством капитализма и информационной сферой. В них нам предлагается обратить известный вопрос («что нам принесла информационная революция?»), и результаты оказываются поучительными. Если мы спросим «Что мы сами сделали для информационной революции?», то сразу увидим, что глобальный капитализм нуждается в рекламе, информационных технологиях, корпоративном планировании и эффективном маркетинге.

Хотя я убежден, что мы лучше можем понять феномен информатизации, если сосредоточим внимание на истории капитализма, я не уверен на все сто процентов, что проблема сводится только к этому. Во многих местах этой книги я обращал внимание читателя на роль теоретического знания вообще и в современном обществе в частности. Вопрос о теоретическом знании редко возникает среди философов и социологов, интересующихся информационным обществом. Теоретическое знание имеет мало общего с информационными технологиями, с качествами информации как товара, сдвигами в структуре занятости или с информационными потоками (хотя, конечно, каждая из этих тем какое-то отношение к теоретическому знанию имеет). Однако легко заметить, что речь идет об одной из характерных черт нашего времени. Термин ввел Дэниел Белл, но он мало обращал внимания на само

явление, увлекшись такими количественными показателями, как распространение высшего образования и занятость в сфере исследований и разработок. Под теоретическим знанием здесь понимается абстрактное, обобщаемое и кодифицированное знание. Можно было бы отождествить его с научным и техническим знанием, но Нико Стер (Stehr, 1994) довольно успешно показал, что это гораздо более широкое понятие, и, в сущности, оно-то во многом и определяет наш образ жизни. Энтони Гидденс, рассуждая о рефлексивной модернизации, основное внимание уделял абстрактному и обобщенному знанию о людях и об их отношениях в обществе, поскольку его интересовали в основном процесс принятия решений, оценка рисков и тот контроль над нашей жизнью, который связан с этим. С этой точки зрения теоретическое знание составляет суть современных общественных отношений. Нужно напомнить, что это утверждение отнюдь не означает, что мы живем в информационном обществе (замечу, что вообще-то тезис о существовании информационного общества можно было поддержать и более весомыми аргументами, чем просто подсчет количества информационных технологий, которые мы используем), поскольку Гидденс старается лишь показать, что теоретическое знание возникло вместе с современным обществом, и то, что мы считаем высшим достижением современности, представляет собой только результат интенсификации давно начавшихся процессов. Конечно, теоретическое знание может быть где-то не очень четким, но роль, которую оно играет, отличает наше общество от предшествующих, и потенциал этого знания проявляется в том, что оно позволяет влиять на будущее. По-моему, это самое важное. После того как мы твердо установили роль информации в развитии капиталистического общества и признали место рефлексивной модернизации и теоретического знания, накоплением которого сопровождается развитие капитализма, мы создали исключительные условия для управления собственным будущим.

Изложенный здесь подход может быть противопоставлен позиции многих исследователей, которые настаивают на возникновении информационного общества и используют детерминистские доводы, доказывая наступление новой эры. Некоторые из этих доводов значительно более изощренные по сравнению с примитивным технократическим детерминизмом таких публицистов, как Элвин Тоффлер (Toffler, 1990), Николас Негропonte (Negroponte, 1995) и Майкл Дертузос (Dertouzos, 1997). Тем не менее и в этих работах сохраняется скрытая тяга к детерминизму, хотя речь там идет «о вторичном индустриальном переделе» (Piore and Sabel), новых «модусах информации» (Poster) и «информационной модели развития»

(Castells). Более того, как убедительно показал Кришан Кумар (Kumar, 1978), у концепции постиндустриального общества Дэниела Белла есть еще один, более утонченный, но такой же детерминистский вариант. В этом случае первопричиной изменений считается невидимая рука «рационализации», которая действует, конечно же, также посредством использования более совершенных технологий, но, кроме того, с помощью широкого внедрения более совершенных методов организации. В предшествующих главах я старался выявить общее в подходе аналитиков, как бы их взгляды ни различались на первый взгляд. В списке принципов, которые разделяют те, кто считают, что мы стали свидетелями возникновения нового информационного общества, почетное место занимает технологический (а в случае Белла — чисто технический) детерминизм.

Вернемся к двум основным возражениям, которые вызывает такой подход: он основан на выделении отдельной технологии или метода, который объявляется первопричиной изменений (что представляет собой явное упрощение), а затем — и, по-моему, это даже более важно — выдвигается предположение, что это технология или метод не связаны ни с какими ценностями или мнениями. Мне кажется, что было бы не сложно показать, что все это совершенно неверно, но, как мы видим, такой подход к анализу информационной сферы очень заразителен. В основе его, как мне кажется, лежит совершенно искаженное представление о причинах социальных изменений, потому что ключ к этим изменениям пытаются найти вне социальных связей, сначала упорно изолируя технологию от общества (т.е. от сферы оценок и мнений), а потом вводя ее снова, но уже как автономную силу, приводящую к изменениям в обществе. Поэтому неудивительно, что те, кто предвидит такие решительные и но асоциальные «революции информационных технологий» или радикальные сдвиги в производительности труда, так легко поддаются соблазну считать, что влияние ожидаемых изменений кардинальным образом изменяет лицо общества.

Как я показал в главе 2, те, кто считают, что в последнее время информационное общество стало уже реальностью (или становится ею), используют критерии, которые соответствуют их технократическим убеждениям. Они пытаются показать, что информационное общество возникло, измеряя явления, которые, как они полагают, характерны для этого общества, что выглядит довольно странно. В качестве количественной меры выбирают информационные технологии, стоимость созданной информации, увеличение числа занятых в информационной сфере, насыщенность

общества информационным сетями или очевидный (а поэтому, казалось бы, и не нуждающийся ни в каких подсчетах) взрывной рост количества знаков и значений. Те, кто уже заранее согласен с концепцией информационного общества, представляют те или другие из этих характеристик в числовом виде, а потом, не используя никаких других аргументов, кроме того, что вокруг нас так много информации и информационных технологий, утверждают, что эти количественные характеристики свидетельствуют о качественном переходе — возникновении информационного общества.

Похожее происходит и тогда, когда кто-нибудь просит дать определение самой информации. Ему отвечают таким же образом: сначала предполагают, что информация измерима, при измерении ее количества отвлекаются от ее содержания, поэтому информация — это количество битов, определенная стоимость или такое-то количество знаков, т.е. нечто, что не несет никакого значения (хотя, как напоминает нам Теодор Розак (Roszak, 1986), для большинства людей существенно именно содержание информации, тот смысл, который в ней заключен). Затем, используя несемантическое определение информации, поскольку таким образом информацию легче квантифицировать, мы снова приводим тот же довод: количественный рост информации возмещает качественные изменения в обществе и его перестройку (превращение в информационное общество).

Поэтому мне представляется, что те, кто объясняют явление информатизации в терминах исторической преемственности, позволяют нам лучше понять роль информации в сегодняшнем мире. Не в последнюю очередь потому, что они сопротивляются попыткам искусственным образом квантифицировать информационное общество и саму информацию. Конечно, они признают, что число информационных технологий возросло, увеличилось количество циркулирующей в обществе информации, число сетей и еще много чего, но аналитики не основывают на этих соображениях никаких теорий, которые оказываются лишенными социологического смысла и содержания, а обращаются к реальности. И в сплетении исторических причин и следствий они пытаются понять, связан ли информационный взрыв с чем-либо существенным, выделить факторы, которые его вызвали, и контекст, в котором он произошел; выяснить, *какого типа* информация появилась, *зачем* она была нужна, *какие группы* в обществе ее использовали и *для каких целей*.

Литература

- Abrams, Phillip (1982), *Historical Sociology*. Shepton Mallet: Open Books.
- Adam Smith Institute (1986), *Ex Libris*. Adam Smith Institute.
- Adam Smith Institute (1993), *What Price Public Service? The Future of the BBC*. Adam Smith Institute.
- Addison, Paul (1975), *The Road to 1945: British Politics and the Second World War*. Quartet, 1982.
- Adonis, Andrew and Pollard, Stephen (1997), *A Class Act: The Myth of Britain's Classless Society*. Hamish Hamilton.
- Aglietta, Michel (1979), *A Theory of Capitalist Regulation*. New Left Books.
- Aglietta, Michel (1998), 'Capitalism at the Turn of the Century: Regulation Theory and the Challenge of Social Change', *New Left Review*, (232), November-December: 41–90.
- Alberts, David S. (1996), *The Unintended Consequences of Information Age Technologies*. Washington, DC: National Defense University Press.
- Albrow, Martin (1996), *The Global Age: State and Society beyond Modernity*. Cambridge: Polity.
- Allred, John R. (1972), 'The Purpose of the Public Library: The Historical View', reprinted in Totterdell, Barry (ed.) (1978), *Public Library Purpose: A Reader*. Clive Bingley.
- Anderson, Benedict (1983), *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*, 2nd edition. Verso, 1991.
- Anderson, Perry (1990), 'A Culture in Contraflow — Parts I and II', *New Left Review*, (180) March-April: 41–78; (182) July-August: 85–137.
- Ang, Ien (1985), *Watching Dallas: Soap Opera and the Melodramatic Imagination*. Methuen.
- Ang, Ien (1991), *Desperately Seeking the Audience*. Routledge.
- Angell, Ian (1995), 'Winners and Losers in the Information Age', *LSE Magazine*, 7 (1) summer: 10–12.
- Angell, Ian (2000), *The New Barbarian Manifesto*. Kogan Page.
- Annan, Noel [Lord] (1977), *Report of the Committee on the Future of Broadcasting*, Cmnd 6753. Home Office.
- Arquilla, John and Ronfeldt, David F. (1997), In *Athena's Camp: Preparing for Conflict in the Information Age*. Santa Monica, CA: RAND.
- Arrow, Kenneth J. (1979), 'The Economics of Information', in Dertouzos, Michael, L. and Moses, Joel (eds), pp. 306–17.
- Atkinson, John (1984), *Flexibility, Uncertainty and Manpower Management*. Brighton: Institute of Manpower Studies, University of Sussex.
- Atkinson, John and Meager, N. (1986), *New Forms of Work Organisation*. Brighton: Institute of Manpower Studies, University of Sussex.
- Bagdikian, Ben (1987), *The Media Monopoly*, 2nd edition. Boston, MA: Beacon.
- Bailey, Stephen J. (1989), 'Charging for Public Library Services', *Policy and Politics*, 17 (1): 59–74.
- Bamford, James (1983), *The Puzzle Palace: America's National Security Agency and its Special Relationship with Britain's GCHQ*. Sidgwick and Jackson.
- Bamford, James (2001), *Body of Secrets*. New York: Doubleday.
- Bamaby, Frank (1986), *The Automated Battlefield*. Sidgwick and Jackson.
- Barnet, Richard J. and Müller, Ronald E. (1975), *Global Reach: The Power of the Multinational Corporations*. Cape.

- Barnet, Richard J. and Müller, Ronald E. (1994), *Global Dreams: Imperial Corporations and the New World Order*. New York: Simon and Schuster.
- Barnett, S. and Curry, A. (1994), *The Battle for the BBC: A British Broadcasting Conspiracy?* Aurum.
- Barnouw, Erik (1978), *The Sponsor: Notes on a Modern Potentate*. New York: Oxford University Press.
- Barron, Iann and Curnow, Ray (1979), *The Future with Microelectronics: Forecasting the Effects of Information Technology*. Pinter.
- Barthes, Roland (1953), *Writing Degree Zero*. Translated by Annette Lavers and Colin Smith. Cape, 1967.
- Barthes, Roland (1963), *Sur Racine*. Paris: Seuil.
- Barthes, Roland (1964), *Essais Critiques*. Paris: Seuil.
- Barthes, Roland (1966), *Critique et Verite*. Paris: Seuil.
- Barthes, Roland (1979), *The Eiffel Tower and Other Mythologies*. Translated by Richard Howard. New York: Hill and Wang.
- Baudrillard, Jean (1975), *The Mirror of Production*. Translated with an introduction by Mark Poster. St. Louis, MO: Telos.
- Baudrillard, Jean (1976), *Symbolic Exchange and Death*. Translated by Iain Hamilton Grant. Introduction by Mike Gane. Sage, 1993.
- Baudrillard, Jean (1979), *Seduction*. Translated by Brian Singer. Macmillan, 1990.
- Baudrillard, Jean (1983a), *In the Shadow of the Silent Majorities, or, The End of the Social and Other Essays*. Translated by Paul Foss, John Johnson and Paul Patton. New York: Semiotext(e).
- Baudrillard, Jean (1983b), *Simulations*. Translated by Paul Foss, Paul Patton and Philip Beitchman. New York: Semiotext(e).
- Baudrillard, Jean (1986), *America*. Translated by Chris Turner. Verso, 1988.
- Baudrillard, Jean (1988), *Selected Writings*. Edited with an introduction by Mark Poster. Stanford, CA: Stanford University Press.
- Baudrillard, Jean (1991), *La Guerre du Golfe n'a pas eu lieu*. Paris: Galilée.
- Baudrillard, Jean (1992), *L'Illusion de la fin, ou, la grève des évènements*. Paris: Galilée.
- Bauman, Zygmunt (1987), *Legislators and Interpreters: On Modernity, Post-Modernity and Intellectuals*. Cambridge: Polity.
- Bauman, Zygmunt (1989), *Modernity and the Holocaust*. Cambridge: Polity.
- Bauman, Zygmunt (1997), *Postmodernity and Its Discontents*. Cambridge: Polity.
- Beck, Ulrich (1992), *Risk Society*. Sage.
- Becker, Jörg, Hedebrö, Goran, and Paldán, Leena (eds) (1988), *Communication and Domination: Essays to Honor Herbert I. Schiller*. Norwood, NJ: Ablex.
- Bell, Daniel (1962), *The End of Ideology: On the Exhaustion of Political Ideas in the Fifties*, revised edition. New York: Free Press.
- Bell, Daniel (1973), *The Coming of Post-Industrial Society: A Venture in Social Forecasting*. Harmondsworth: Penguin, Peregrine, 1976.
- Bell, Daniel (1976), *The Cultural Contradictions of Capitalism*. Heinemann.
- Bell, Daniel (1979), 'The Social Framework of the Information Society', in Der-touzous, Michael L. and Moses, Joel (eds), pp. 163–211.
- Bell, Daniel (1980), *Sociological Journeys, 1960–1980*. Heinemann.
- Bell, Daniel (1990), 'Resolving the Contradictions of Modernity and Modernism', *Society*, 27 (3) March-April: 43–50; 27 (4) May-June: 66–75.
- Bell, Daniel (1991), 'First Love and Early Sorrows', *Partisan Review*, 48 (4): 532–51.
- Bell, Daniel (1999), *The Coming of Post-Industrial Society: A Venture in Social Forecasting*. New York: Basic Books.
- Bellah, Robert N., Madsen, Richard, Sullivan, William M., Swidler, Ann and Tipton, Steven M. (1985), *Habits of the Heart: Individualism and Commitment in American Life*. Berkeley, CA: University of California Press.

- Bellah, Robert N., Madsen, Richard, Sullivan, William M., Swidler, Ann and Tipton, Steven M. (1992), *The Good Society*. New York: Knopf.
- Beniger, James R. (1986), *The Control Revolution: Technological and Economic Origins of the Information Society*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Benjamin, Bernard (1988), *Accessibility and Other Problems Relating to Statistics Used by Social Scientists*. Swindon: Economic and Social Research Council.
- Benjamin, Walter (1970), *Illuminations*. Translated by Harry Zohn. Fontana, 1973.
- Berman, Marshall (1982), *All That is Solid Melts into Air: The Experience of Modernity*. Verso, 1983.
- Bernal, John Desmond (1954), *Science in History*. Watts.
- Bernays, Edward L. (1923), *Crystallizing Public Opinion*. New York: Boni and Liveright.
- Bernays, Edward L. (1952), *Public Relations*. Norman, OK: University of Oklahoma Press, 1980.
- Bernays, Edward L. (1955), *The Engineering of Consent*. Norman, OK: University of Oklahoma Press.
- Bernstein, Carl (1992), 'Idiot Culture of the Intellectual Masses', *Guardian*, 3 June, p. 19.
- Best, Steven and Kellner, Doug (1997), *The Postmodern Turn*. New York: Guilford.
- Blackwell, Trevor and Seabrook, Jeremy (1985), *A World Still to Win: The Reconstruction of the Post-War Working Class*. Faber and Faber.
- Blackwell, Trevor and Seabrook, Jeremy (1988), *The Politics of Hope: Britain at the End of the Twentieth Century*. Faber and Faber.
- Block, Fred (1990), *Postindustrial Possibilities: A Critique of Economic Discourse*. Berkeley, CA: University of California Press.
- Block, Fred and Hirschhorn, Larry (1979), 'New Productive Forces and the Contradictions of Contemporary Capitalism: A Post-Industrial Perspective', *Theory and Society*, 8 (5): 363-95.
- Bloom, Alexander (1986), *Prodigal Sons: The New York Intellectuals and their World*. New York: Oxford University Press.
- Blumler, Jay G. and Coleman, Stephen (2001), *Realising Democracy Online: A Civic Commons in Cyberspace*. Institute for Public Policy Research.
- Boggs, Carl (2000), *The End of Politics: Corporate Power and the Decline of the Public Sphere*. New York: Guilford.
- Bolton, Roger (1990), *Death on the Rock and Other Stories*. W. H. Allen/Optomen.
- Bonefeld, Werner and Holloway, John (eds) (1991), *Post-Fordism and Social Form: A Marxist Debate on the Post-Fordist State*. Macmillan.
- Boorstin, Daniel J. (1962), *The Image, or What Happened to the American Dream*. Harmondsworth: Penguin.
- Borja, Jordi and Castells, Manuel (1997), *Local and Global: Management of Cities in the Information Age*. Earthscan.
- Boulding, Kenneth E. (1966), 'The Economics of Knowledge and the Knowledge of Economies', *American Economic Review*, 56 (2): 1-13, reprinted in Lamberton, Donald M. (ed.) (1971).
- Bourdieu, Pierre (1998), *On Television and Journalism*. Translated by P. Parkhurst Ferguson. Pluto.
- Bowers, N. and Martin, J. P. (2000), 'Going Mobile? Jobs in the New Economy', *OECD Observer*, <http://www.oecdobserver.org/news/fullstory.php/aid/391>
- Boyer, Robert (1990), *The Regulation School: A Critical Introduction*. Translated by Craig Charney. New York: Columbia University Press.
- Bracken, Paul (1983), *The Command and Control of Nuclear Forces*. New Haven, CT: Yale University Press.
- Bradshaw, Delia and Taylor, Paul (1993), 'Putting a Price on Research', *Financial Times*, 23 March.

- Braun, Ernest and MacDonald, Stuart (1978), *Revolution in Miniature: The History and Impact of Semiconductor Electronics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Braverman, Harry (1974), *Labor and Monopoly Capital: The Degradation of Work in the Twentieth Century*. New York: Monthly Review Press.
- Briggs, Asa (1985), *The BBC: The First Fifty Years*. Oxford: Oxford University Press.
- British Telecom (1990), *Competitive Markets in Telecommunications: Serving Customers*. British Telecom.
- British Telecom (1993), *Report to our Shareholders*. British Telecom.
- Brock, Gerald W. (1981), *The Telecommunications Industry: The Dynamics of Market Structure*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Brown, Phillip and Lauder, Hugh (eds) (1992), *Education for Economic Survival: From Fordism to Post-Fordism?* Routledge.
- Brown, Phillip and Lauder, Hugh (2001), *Capitalism and Social Progress: The Future of Society in a Global Economy*. Basingstoke: Palgrave.
- Brown, Phillip and Scase, Richard (1994), *Higher Education and Corporate Realities: Class, Culture and the Decline of Graduate Careers*. UCL Press.
- Browning, H. L. and Singelmann, J. (1978), 'The Transformation of the U.S. Labor Force: The Interaction of Industry and Occupation', *Politics and Society*, 8 (3-4): 481-509.
- Budd, Leslie and Whimster, Sam (eds) (1992), *Global Finance and Urban Living: A Study of Metropolitan Change*. Routledge.
- Bulmer, Martin (1980), 'Why Don't Sociologists Make More Use of Official Statistics?', *Sociology*, 14 (4): 505-23.
- Burnham, David (1983), *The Rise of the Computer State*. Weidenfeld and Nicolson.
- Burns, Tom (1977), *The BBC: Public Institution and Private World*. Macmillan.
- Burrows, William E. (1986), *Deep Black: Space Espionage and National Security*. New York: Random House.
- Butcher, David (1983), *Official Publications in Britain*. Clive Bingley.
- Calhoun, Craig (ed.) (1992), *Habermas and the Public Sphere*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Calhoun, Craig (1993), 'Postmodernism as Pseudo-History', *Theory, Culture and Society*, 10 (1) February: 75-96.
- Campbell, Duncan and Connor, Steve (1986), *On the Record: Surveillance, Computers and Privacy— The Inside Story*. Michael Joseph.
- Campen, Alan D. (ed.) (1992), *The First Information War: The Story of Communications, Computers, and Intelligence Systems in the Persian Gulf War*. Fairfax, VA: AFCEA International Press.
- Cantor, Bill (1989), *Experts in Action: Inside Public Relations*. Edited by Chester Burger. New York: Longman.
- Castells, Manuel (1972), *The Urban Question: A Marxist Approach*. Translated by Alan Sheridan. Cambridge, MA: MIT Press, 1977.
- Castells, Manuel (1983), *The City and the Grassroots: A Cross-Cultural Theory of Urban Social Movements*. Berkeley, CA: University of California Press.
- Castells, Manuel (1989), *The Informational City: Information Technology, Economic Restructuring and the Urban-Regional Process*. Oxford: Blackwell.
- Castells, Manuel (1994), 'European Cities, the Informational Society, and the Global Economy', *New Left Review*, (204) March-April: 18-32.
- Castells, Manuel (1996-8), *The Information Age: Economy, Society and Culture*, 3 volumes. Oxford: Blackwell.
- Castells, Manuel (1996), *The Rise of the Network Society*. Vol. 1 of *The Information Age: Economy, Society and Culture*. Oxford: Blackwell.
- Castells, Manuel (1997a), *The Power of Identity*. Vol. 2 of *The Information Age: Economy, Society and Culture*. Oxford: Blackwell.

Castells, Manuel (1997b), 'An Introduction to the Information Age', *City*, (7) May: 6–16, reprinted in Hugh Mackay and Tim O'Sullivan (eds) (1999), *The Media Reader: Continuity and Transformation*. Sage, pp. 398–410.

Castells, Manuel (1998), *End of Millennium*. Vol. 3 of *The Information Age: Economy, Society and Culture*. Oxford: Blackwell.

Castells, Manuel (2000a), 'Materials for an Exploratory Theory of the Network Society', *British Journal of Sociology*, 51 (1): 5–24.

Castells, Manuel (2000b), *The Institutions of the New Economy*. Lecture at 'Delivering the Virtual Promise' Conference, Queen Elizabeth Hall, London, 19 June. At <http://www.brunel.ac.uk/research/virtsoc/text/events/castells.htm>

Castells, Manuel (2000c), 'Toward a Sociology of the Network Society', *Contemporary Sociology*, 29 (5) September: 693–9.

Castells, Manuel (2000d), *The Rise of the Network Society*, 2nd edition. Oxford: Blackwell.

Castells, Manuel (2000e), *End of Millennium*, 2nd edition. Oxford: Blackwell.

Castells, Manuel (2001), *The Internet Galaxy: Reflections on the Internet, Business and Society*. Oxford: Oxford University Press.

Castells, Manuel and Hall, Peter (1994), *Technopoks of the World: The Making of Twenty-First-Century Industrial Complexes*. Routledge.

Castells, Manuel, Carnoy, Martin, Cohen, Stephen S. and Fernando, Henrique Cardoso (1993), *The New Global Economy in the Information Age*. University Park, PA: University of Pennsylvania Press.

'Census of Employment Results, 1991', *Employment Gazette*, 101 (4) April 1993: 117–26.

Central Statistical Office (1983), *Annual Abstract of Statistics*, no. 119. HMSO.

Certeau, Michel de (1984), *The Practice of Everyday Life*. Translated by Steven F. Rendall. Berkeley, CA: University of California Press.

Chandler, Jr, Alfred D. (1977), *The Visible Hand: The Managerial Revolution in American Business*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Clark, Colin (1940), *The Condition of Economic Progress*. Macmillan.

Cockerell, Michael (1988), *Live from Number 10: The Inside Story of Prime Ministers and Television*. Faber and Faber.

Cockerell, Michael, Hennessy, Peter and Walker, David (1984), *Sources Close to the Prime Minister: Inside the Hidden World of the News Manipulators*. Macmillan.

Cockett, Richard (1994), *Thinking the Unthinkable: Think-Tanks and the Economic Counter-Revolution, 1931–1983*. HarperCollins.

Connor, Steven (1989), *Postmodernist Culture: An Introduction to Theories of the Contemporary*. Oxford: Blackwell.

Connors, Michael (1993), *The Race to the Intelligent State*. Oxford: Blackwell.

Cooke, Philip (1990), *Back to the Future: Modernity, Postmodernity and Locality*. Unwin Hyman.

Corner, John and Harvey, Sylvia (eds) (1991), *Enterprise and Heritage: Crosscurrents of National Culture*. Routledge.

Coyne, Diane (1997), *The Weightless Economy*. Oxford: Capstone.

Craib, Ian (1992), *Anthony Giddens*. Routledge.

Crook, S., Pakulski, J. and Waters, M. (1992), *Postmodernization: Change in Advanced Society*. Sage.

Cultural Trends (1989), Issue 4. Policy Studies Institute.

Cultural Trends (1990a), Issue 6. Policy Studies Institute.

Cultural Trends (1990b), Issue 8. Policy Studies Institute.

Cultural Trends (1992a), Issue 15. Policy Studies Institute.

Cultural Trends (1992b), Issue 16. Policy Studies Institute.

Cultural Trends (1993), Issue 19. Policy Studies Institute.

- Curran, James (1990), 'The New Revisionism in Mass Communication Research', *European Journal of Communication*, 5 (2-3) June: 135-64.
- Curran, James (1991), 'Mass Media and Democracy: A Reappraisal', in Curran, James and Gurevitch, Michael (eds), pp. 82-117.
- Curran, James (1998), 'Crisis of Public Communication: A Reappraisal', in Tamar Liebes and James Curran (eds), *Media, Ritual and Identity*. Routledge, pp. 175-202.
- Curran, James and Gurevitch, Michael (eds) (1991), *Mass Media and Society*. Edward Arnold.
- Curran, James and Seaton, Jean (1988), *Power without Responsibility: The Press and Broadcasting in Britain*, 3rd edition. Routledge.
- Curran, James, Gurevitch, Michael and Woollacott, Janet (eds) (1977), *Mass Communication and Society*. Edward Arnold.
- Curry, James (1993), 'The Flexibility Fetish', *Capital and Class*, (50) summer: 99-126.
- Curtis, Liz (1984), *Ireland: The Propaganda War*. Pluto.
- Dandeker, Christopher (1990), *Surveillance, Power and Modernity: Bureaucracy and Discipline from 1700 to the Present Day*. Cambridge: Polity.
- Dawes, Len (1978), 'Libraries, Culture and Blacks', in Gerard, David (ed.), pp. 131-137.
- Debord, Guy (1977), *The Society of the Spectacle*. Detroit, MI: Red and Black.
- De Landa, Manuel (1991), *War in the Age of Intelligent Machines*. New York: Zone Books.
- Dertouzos, Michael L. (1997), *What Will Be: How the New World of Information Will Change Our Lives*. Piaktus.
- Dertouzos, Michael L. and Moses, Joel (eds) (1979), *The Computer Age: A Twenty-Year View*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Dicken, Peter (1992), *Global Shift: The Internationalization of Economic Activity*, 2nd edition. Paul Chapman.
- Dickson, David (1974), *Alternative Technology and the Politics of Technical Change*. Fontana.
- Dickson, David (1984), *The New Politics of Science*. New York: Pantheon.
- Dosi, Giovanni, Freeman, Christopher, Nelson, Richard, Silverberg, Gerald and Soete, Luc (eds) (1988), *Technical Change and Economic Theory*. Pinter.
- Drucker, Peter F. (1969), *The Age of Discontinuity*. Heinemann.
- Drucker, Peter F. (1993), *Post-Capitalist Society*. New York: HarperCollins.
- Duff, Alistair S. (2000), *Information Society Studies*. Routledge.
- Duff, Alistair S., Craig, D. and McNeill, D. A. (1996), 'A Note on the Origins of the Information Society', *Journal of Information Science*, 22 (2): 117-22.
- Dutton, William H. (ed.) (1996), *Visions and Realities: Information and Communication Technologies*. Oxford: Oxford University Press.
- Dutton, William H. (ed.) (1999), *Society on the Line: Information Politics in the Digital Age*. Oxford: Oxford University Press.
- Dyson, K. and Humphries, P. (eds) (1990), *The Political Economy of Communications*. Routledge.
- Eatwell, John et al. (eds) (1987), *The New Palgrave: A Dictionary of Economics, Vol. 2*. Macmillan.
- Elegant, Robert (1981), 'How to Lose a War', *Encounter*, 57 (2) August: 73-90.
- Enzensberger, Hans Magnus (1976), *Raids and Reconstructions: Essays in Politics, Crime and Culture*. Pluto.
- Evans, Christopher (1979), *The Mighty Micro: The Impact of the Computer Revolution*. Gollancz.
- Ewen, Stuart (1976), *Captains of Consciousness: Advertising and the Social Roots of the Consumer Culture*. New York: McGraw-Hill.

- Ewen, Stuart (1988), *All Consuming Images: The Politics of Style in Contemporary Culture*. New York: Basic Books.
- Ewen, Stuart and Ewen, Elizabeth (1982), *Channels of Desire: Mass Images and the Shaping of American Consciousness*. New York: McGraw-Hill.
- Feather, John (1998), *The Information Society: A Study of Continuity and Change*, 2nd edition. Library Association.
- Featherstone, Mike (1991), *Consumer Culture and Postmodernism*. Sage.
- Featherstone, Mike (1992), 'Postmodernism and the Aestheticization of Everyday Life', in Lash, Scott and Friedman, Jonathan (eds), pp. 265–90.
- Feigenbaum, Edward A. and McCorduck, Pamela (1983), *The Fifth Generation: Artificial Intelligence and Japan's Computer Challenge to the World*. Pan, 1984.
- Ferguson, Marjorie (ed.) (1990), *Public Communication: The New Imperatives, Future Directions for Media Research*. Sage.
- Ferkiss, Victor (1979), 'Daniel Bell's Concept of Post-Industrial Society: Theory, Myth, and Ideology', *Political Science Review*, (9) fall: 61–102.
- Fiske, John (1987), *Television Culture*. Methuen.
- Fiske, John (1991), 'Postmodernism and Television', in Curran, James and Gurevitch, Michael (eds), pp. 55–67.
- Flint, J. (1992), 'The Real Face of War', *Observer*, 3 March, p. 9.
- Ford, Daniel (1985), *The Button: The Nuclear Trigger — Does It Work? Alien and Unwin*.
- Forester, Tom (ed.) (1989), *Computers in the Human Context: Information Technology, Productivity and People*. Oxford: Blackwell.
- Foucault, Michel (1975), *Discipline and Punish: The Birth of the Prison*. Harmondsworth: Penguin, Peregrine, 1979.
- Foucault, Michel (1980), *Power/Knowledge: Selected Interviews and Other Writings, 1972–1977*. Brighton: Harvester.
- Fox, Stephen (1984), *The Mirror Makers: A History of American Advertising and its Creators*. New York: Vintage, 1985.
- Fox, Stephen (1989), 'The Panopticon: From Bentham's Obsession to the Revolution in Management Learning', *Human Relations*, 42 (8): 717–39.
- Franklin, Bob (1994), *Packaging Politics: Political Communications in Britain's Media Democracy*. Edward Arnold.
- Freeman, Christopher (1974), *The Economics of Innovation*. Harmondsworth: Penguin.
- Freeman, Christopher (1987), *Technology Policy and Economic Performance*. Pinter.
- Freeman, Christopher and Perez, Carlota (1988), 'Structural Crises of Adjustment, Business Cycles and Investment Behaviour', in Dosi, G. *et al.* (eds), pp. 38–66.
- Freeman, Christopher, Clark, J. and Soete, Luc (1982), *Unemployment and Technical Innovation: A Study of Long Waves and Economic Development*. Pinter.
- Friedman, Thomas (1999), *The Lexus and the Olive Tree*. New York: HarperCollins.
- Fröbel, Folker, Heinrichs, Jürgen and Kreye, Otto (1980), *The New International Division of Labour: Structural Unemployment in Industrialised Countries and Industrialisation in Developing Countries*. Translated by Pete Burgess. Cambridge: Cambridge University Press.
- Fuchs, Victor R. (1968), *The Service Economy*. New York: Columbia University Press.
- Fukuyama, Francis (1992), *The End of History and the Last Man*. Hamish Hamilton.
- Fukuyama, Francis (1997), *The End of Order*. Social Market Foundation.
- Fukuyama, Francis (1999), *The Great Disruption: Human Nature and the Reconstitution of Social Order*. New York: Free Press.
- Fussell, Paul (1975), *The Great War and Modern Memory*. Oxford: Oxford University Press.
- Galbraith, John Kenneth (1972), *The New Industrial State*, 2nd edition. Harmondsworth: Penguin.

- Gamble, Andrew (1988), *The Free Economy and the Strong State: The Politics of Thatcherism*. Macmillan.
- Gandy, Jr, Oscar H. (1993), *The Panoptic Sort: A Political Economy of Personal Information*. Boulder, CO: Westview.
- Garnham, Nicholas (1990), *Capitalism and Communication: Global Culture and the Economics of Information*. Sage.
- Garnham, Nicholas (2000), *Emancipation, the Media, and Modernity: Arguments about the Media and Social Theory*. Oxford: Oxford University Press.
- Garrahan, Philip and Stewart, Paul (1992), *The Nissan Enigma: Flexibility at Work in the Local Economy*. Mansell.
- Gates, Bill (1995), *The Road Ahead*. Harmondsworth: Penguin.
- Gellner, Ernest (1983), *Nations and Nationalism*. Oxford: Blackwell.
- Gellner, Ernest (1992), *Postmodernism, Reason and Religion*. Routledge.
- Gerard, David (ed.) (1978), *Libraries in Society*. Clive Bingley.
- Gershuny, Jonathan I. (1977), 'Post-Industrial Society: The Myth of the Service Economy', *Futures*, 9 (2): 103–14.
- Gershuny, Jonathan I. (1978), *After Industrial Society? The Emerging Self-Service Economy*. Macmillan.
- Gershuny, Jonathan I. (1983), *Social Innovation and the Division of Labour*. Oxford: Oxford University Press.
- Gershuny, Jonathan I. and Miles, Ian (1983), *The New Service Economy: The Transformation of Employment in Industrial Societies*. Pinter.
- Gibbs, David N. (2000), 'Is there Room for the Real in the Postmodernist Universe?', in Neil L. Waters (ed.) *Beyond the Area Studies Wars*. Hanover, NH: Middlebury College Press, pp. 11–28.
- Giddens, Anthony (1971), *Capitalism and Modern Social Theory: An Analysis of the Writings of Marx, Durkheim and Max Weber*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Giddens, Anthony (1981), *The Class Structure of the Advanced Societies*, 2nd edition. Hutchinson.
- Giddens, Anthony (1984), *The Constitution of Society: Outline of the Theory of Structuration*. Cambridge: Polity.
- Giddens, Anthony (1985), *The Nation State and Violence: Volume Two of a Contemporary Critique of Historical Materialism*. Cambridge: Polity.
- Giddens, Anthony (1987), *Social Theory and Modern Sociology*. Cambridge: Polity.
- Giddens, Anthony (1990), *The Consequences of Modernity*. Cambridge: Polity.
- Giddens, Anthony (1991), *Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age*. Cambridge: Polity.
- Giddens, Anthony (1992), *The Transformation of Intimacy: Sexuality, Love and Eroticism in Modern Societies*. Cambridge: Polity.
- Giddens, Anthony (1994), *Beyond Left and Right: The Future of Radical Politics*. Cambridge: Polity.
- Giddens, Anthony (1998), *The Third Way: The Renewal of Social Democracy*, Cambridge: Polity.
- Giddens, Anthony and Pearson, Christopher (1998), *Conversations with Anthony Giddens*. Cambridge: Polity.
- Gilbert, Martin (1989), *The Second World War*. Weidenfeld and Nicolson.
- Golding, Peter (1990), 'Political Communication and Citizenship: The Media and Democracy in an Inegalitarian Social Order', in Ferguson, Marjorie (ed.), pp. 84–100.
- Golding, Peter (1992), 'Communicating Capitalism: Resisting and Restructuring State Ideology — the Case of «Thatcherism»', *Media, Culture and Society*, 14: 503–21.
- Golding, Peter (1998), 'Global Village or Cultural Pillage? The Unequal Inheritance of the Communications Revolution', in R. W. McChesney, E. Meiksins Wood and J. B. Foster (eds) *Capitalism and the Information Age: The Political Economy of the Global Communications Revolution*. New York: Monthly Review Press, pp. 69–86.

- Golding, Peter (2000), 'Forthcoming Features: Information and Communications Technologies and the Sociology of the Future', *Sociology*, 34 (1): 165–84.
- Golding, Peter and Murdock, Graham (1991), 'Culture, Communications, and Political Economy', in Curran, James and Gurevitch, Michael (eds), pp. 15–32.
- Goldthorpe, John H. (1971), 'Theories of Industrial Society: Reflections on the Resurgence of Historicism and the Future of Futurology', *European Journal of Sociology*, 12 (2): 263–88.
- Goode, Kenneth (1926), quoted in Stephen R. Shapiro (1969), *The Big Sell: Attitudes of Advertising Writers about their Craft in the 1920s and 1930s*. PhD thesis, University of Wisconsin.
- Gordon, David M., Edwards, Richard and Reich, Michael (1982), *Segmented Work, Divided Workers: The Historical Transformation of Labor in the United States*. Cambridge, MA: Cambridge University Press.
- Gorz, André (ed.) (1976), *The Division of Labour*. Hassocks: Harvester.
- Gouldner, Alvin W. (1976), *The Dialectic of Ideology and Technology: The Origins, Grammar and Future of Ideology*. Macmillan.
- Gouldner, Alvin W. (1978), 'The New Class Project', *Theory and Society*, 6(2) September: 153–203; 6(3) November: 343–89 (this two-part article appeared in 1979 as a book, *The Future of Intellectuals and the Rise of the New Class*. Macmillan).
- Gouldner, Alvin W. (1980), *The Two Marxisms: Contradictions and Anomalies in the Development of Theory*. Macmillan.
- Graham, Stephen and Marvin, Simon (1996), *Telecommunications and the City: Electronic Spaces, Urban Places*. Routledge.
- Gramsci, Antonio (1971), *Selections from the Prison Notebooks*. Edited and translated by Quintin Hoare and Geoffrey Nowell Smith. Lawrence and Wishart.
- Gray, John (1997), *Endgames: Questions in Late Modern Political Thought*. Cambridge: Polity.
- Greenhalgh, Liz and Worpole, Ken, with Charles Landry (1995), *Libraries in a World of Cultural Change*. UCL Press.
- Greider, William (1997), *One World, Ready or Not: The Manic Logic of Global Capitalism*. Harmondsworth: Penguin.
- Grint, Keith (1991), *The Sociology of Work: An Introduction*. Cambridge: Polity.
- Gurevitch, Michael, Bennett, Tony, Curran, James and Woollacott, Jane (eds) (1982), *Culture, Society and the Media*. Methuen.
- Habermas, Jürgen (1962), *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*. Translated by Thomas Burger with the assistance of Frederick Lawrence. Cambridge: Polity, 1989.
- Habermas, Jürgen (1976), *Communication and the Evolution of Society*. Translated by Thomas McCarthy. Heinemann, 1979.
- Hacking, Ian (1990), *The Taming of Chance*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hakim, Catherine (1987), 'Trends in the Flexible Workforce', *Employment Gazette*, November, pp. 549–60.
- Hall, Peter and Preston, Paschal (1988), *The Carrier Wave: New Information Technology and the Geography of Innovation, 1846–2003*. Unwin Hyman.
- Hall, Stuart and Jaques, Martin (eds) (1989), *New Times: The Changing Face of Politics in the 1990s*. Lawrence and Wishart.
- Hallin, Daniel C. (1986), *The 'Uncensored War': The Media and Vietnam*. New York: Oxford University Press.
- Hamelink, Cees J. (1982), *Finance and Information: A Study of Converging Interests*. Norwood, NJ: Ablex.
- Handy, Charles (1995), *The Age of Unreason*. Arrow.
- Harris, Robert (1983), *Gotcha! The Media, the Government and the Falklands Crisis*. Faber and Faber.

- Harris, Robert (1990), *Good and Faithful Servant: The Unauthorized Biography of Bernard Ingham*. Faber and Faber.
- Harrison, Bennett (1994), *Lean and Mean: The Changing Landscape of Corporate Power in the Age of Flexibility*. New York: Basic Books.
- Harrison, J. F. C. (1984), *The Common People: A History from the Norman Conquest to the Present*. Flamingo.
- Harvey, David (1988), 'Voodoo Cities', *New Statesman and Society*, 30 September.
- Harvey, David (1989a), *The Urban Experience*. Oxford: Blackwell.
- Harvey, David (1989b), *The Condition of Postmodernity: An Enquiry into the Origins of Cultural Change*. Oxford: Blackwell.
- Havel, Václav (1999), 'Kosovo and the End of the Nation-State', *New York Review of Books*, 29 April.
- Haywood, Trevor (1989), *The Withering of Public Access*. Library Association.
- Held, David, McGrew, A., Goldblatt, D. and Perraton, J. (1999), *Global Transformations: Politics, Economics and Culture*. Cambridge: Polity.
- Henderson, Jeffrey (1989), *The Glocalisation of High Technology Production: Society, Space and Semiconductors in the Restructuring of the Modern World*. Routledge.
- Henderson, Jeffrey and Castells, Manuel (eds) (1987), *Global Restructuring and Territorial Development*. Sage.
- Hepworth, Mark (1989), *Geography of the Information Economy*. Belhaven.
- Hewison, Robert (1987), *The Heritage Industry: Britain in a Climate of Decline*. Methuen.
- Hickethier, Knut and Zielinski, Siegfried (eds) (1991), *Medien/Kultur*. Berlin: Wissenschaftsverlag Volker Spiess.
- Hill, Michael W. (1999), *The Impact of Information on Society*. Bowker-Saur.
- Hillyard, Paddy and Percy-Smith, Janie (1988), *The Coercive State: The Decline of Democracy in Britain*. Fontana.
- Himmelfarb, Gertrude (1968), 'The Haunted House of Jeremy Bentham', in Gertrude Himmelfarb, *Victorian Minds*. Weidenfeld and Nicolson, pp. 32–81.
- Hirsch, Joachim (1991), 'Fordism and Post-Fordism: The Present Social Crisis and its Consequences', in Bonefeld, Werner and Holloway, John (eds), pp. 8–34.
- Hirschhorn, Larry (1984), *Beyond Mechanization: Work and Technology in a Postindustrial Age*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Hirst, Paul and Zeitlin, Jonathan (eds) (1989), *Reversing Industrial Decline? Industrial Structure and Policy in Britain and her Competitors*. Oxford: Berg.
- Hirst, Paul and Zeitlin, Jonathan (1991), 'Flexible Specialisation versus Post-Fordism: Theory, Evidence and Policy Implications', *Economy and Society*, 20 (1) February: 1–56.
- Hobsbawm, Eric J. (1968), *Industry and Empire: An Economic History of Britain since 1750*. Harmondsworth: Penguin.
- Hobsbawm, Eric J. (1994), *Age of Extremes: The Short 20th Century*. Michael Joseph.
- Hobsbawm, Eric J. and Ranger, Terence (eds) (1983), *The Invention of Tradition*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hoggart, Richard (1995), *The Way We Live Now*. Chatto and Windus.
- Hohendahl, Peter (1979), 'Critical Theory, Public Sphere and Culture: Jürgen Habermas and his Critics', *New German Critique*, (16): 89–118.
- Hollingsworth, M. and Norton-Taylor, R. (1988), *Blacklist: The Inside Story of Political Vetting*. Hogarth Press.
- Holub, Robert C. (1991), *Jürgen Habermas: Critic in the Public Sphere*. Routledge.
- Horkheimer, Max and Adorno, Theodor W. (1944), *Dialectic of Enlightenment*. Translated by John Gunning. Alien Lane, 1973.
- Howard, Robert (1985), *Brave New Workplace*. New York: Viking.
- Hussey, Andrew (2001), *The Game of War: The Life and Death of Guy Debord*. Cape.

- Hutton, Will (1994), 'Markets Threaten Life and Soul of the Party', *Guardian*, 4 January, p. 13.
- Hutton, Will (1995), *The State We're In*. Cape.
- Ignatieff, Michael (1991), 'Gradgrind Rules in the Public Library', *Observer*, 2 June, p. 19.
- Information Technology Advisory Panel (ITAP) (1983), *Making a Business of Information: A Survey of New Opportunities*. HMSO.
- Ito, Y. (1991), 'Johoka as a Driving Force of Social Change', *Keio Communication Review*, 12: 35–58.
- Ito, Y. (1994), 'Japan', in Georgette Wang (ed.) *Treading Different Paths: Informatization in Asian Nations*. Norwood, NJ: Ablex, pp. 68–98.
- James, Louis (1963), *Fiction for the Working Man, 1830–1850: A Study of the Literature Produced for the Working Classes in Early Victorian Urban England*. Harmondsworth: Penguin, 1973.
- Jameson, Fredric (1991), *Postmodernism, Or, The Cultural Logic of Late Capitalism*. Verso.
- Jamieson, Kathleen Hall (1984), *Packaging the Presidency: A History and Criticism of Presidential Campaign Advertising*. New York: Oxford University Press.
- Janowitz, Morris (1974), 'Review Symposium: *The Coming of Post-Industrial Society*', *American Journal of Sociology*, 80 (1): 230–6.
- Janus, Noreene (1984), 'Advertising and the Creation of Global Markets: The Role of the New Communications Technologies', in Mosco, Vincent and Wasko, Janet (eds) (1984), pp. 57–70.
- Januszczak, Waldemar (1985), 'The Art World Can't Tell Jacob Duck from Donald', *Guardian*, 28 December.
- Januszczak, Waldemar (1986), 'No Way to Treat a Thoroughbred', *Guardian*, 15 February, p. 11.
- Jencks, Charles (1984), *The Language of Post-Modern Architecture*, 4th edition. Academy Editions.
- Johnson, Pauline (2001), 'Habermas's Search for the Public Sphere', *European Journal of Social Theory*, 4 (2): 215–36.
- Jones, Gareth Stedman (1971), *Outcast London: A Study in the Relationship between Classes in Victorian Society*. Harmondsworth: Penguin, Peregrine, 1984.
- Jones, Trevor (ed.) (1980), *Microelectronics and Society*. Milton Keynes: Open University Press.
- Jonscher, Charles (1999), *Wired Life*. New York: Bantam.
- Jumonville, Neil (1991), *Critical Crossings: The New York Intellectuals in Postwar America*. Berkeley, CA: University of California Press.
- Kant, I. (1972 [1790]), *Critique of Reason*. Translated by J. H. Bernard. New York: Hafner.
- Kasperson, Lars Bo (2000), *Anthony Giddens: An Introduction to a Social Theorist*, Oxford: Blackwell.
- Kavanagh, Dennis (1990), *Thatcherism and British Politics: The End of Consensus?* New edition. Oxford: Oxford University Press.
- Keane, John (1991), *The Media and Democracy*. Cambridge: Polity.
- Keane, John (1998), *Civil Society: Old Images, New Visions*. Cambridge: Polity.
- Keating, Peter (ed.) (1976), *Into Unknown England, 1866–1913: Selections from the Social Explorers*. Fontana.
- Kellner, Douglas (1989a), *Jean Baudrillard: From Marxism to Postmodernism and Beyond*. Cambridge: Polity.
- Kellner, Douglas (1989b), *Critical Theory, Marxism and Modernity*. Cambridge: Polity.
- Kellner, Douglas (1990), *Television and the Crisis of Democracy*. Boulder, CO: Westview.
- Kellner, Douglas (1999), 'New Technologies: Technocities and the Prospects for Democratization', in John Downey and Jim McGuigan (eds) *Technocities*. Sage, pp. 186–204.

Kellner, Hans and Berger, Peter L. (eds) (1992), *Hidden Technocrats: The New Class and New Capitalism*. New Brunswick, NJ: Transaction.

Kennedy, Paul (1988), *The Rise and Fall of the Great Powers: Economic Change and Military Conflict from 1500 to 2000*. Unwin Hyman.

Kleinberg, B. S. (1973), *American Society in the Postindustrial Age: Technocracy, Power, and the End of Ideology*. Columbus, OH: Merrill.

Knightley, Phillip (1986), *The Second Oldest Profession: The Spy as Bureaucrat, Patriot, Fantasist and Whore*. André Deutsch.

Knightley, Phillip (1991), 'Here is the Patriotically Censored News', *Index on Censorship*, 20 (4-5), April-May: 4-5.

Kolko, Joyce (1988), *Restructuring the World Economy*. New York: Pantheon.

Kroker, Arthur and Cook, David (1986), *The Postmodern Scene: Excremental Culture and Hyper-Aesthetics*. New York: St Martin's Press.

Kumar, Krishan (1977), 'Holding the Middle Ground: The BBC, the Public and the Professional Broadcaster', in Curran, James *et al.* (eds), pp. 231-48.

Kumar, Krishan (1978), *Prophecy and Progress: The Sociology of Industrial and Post-Industrial Society*. Alien Lane.

Kumar, Krishan (1986), 'Public Service Broadcasting and the Public Interest', in MacCabe, Colin and Stewart, Olivia (eds), pp. 46-61.

Kumar, Krishan (1987), *Utopia and Anti-Utopia in Modern Times*. Oxford: Blackwell.

Kumar, Krishan (1992), 'New Theories of Industrial Society', in Brown, Phillip and Lauder, Hugh (eds) (1992), pp. 45-75.

Kumar, Krishan (1995), *From Post-Industrial to Post-Modern Society: New Theories of the Contemporary World*. Oxford: Blackwell.

Lacquer, Walter (1980), *The Terrible Secret: An Investigation into the Suppression of Information about Hitler's 'Final Solution'*. Weidenfeld and Nicolson.

Lamberton, Donald M. (ed.) (1971), *Economics of Information and Knowledge: Selected Readings*. Harmondsworth: Penguin.

Landes, D. S. (1969), *The Unbound Prometheus: Technological Change and Industrial Development from 1750 to the Present*. Cambridge: Cambridge University Press.

Landes, Joan B. (1995), 'The Public and the Private Sphere: A Feminist Reconsideration', in J. Meehan (ed.) *Feminists Read Habermas*. Routledge.

Laseh, Christopher (1984), *The Minimal Self: Psychic Survival in Troubled Times*. Pan, 1985.

Lash, Scott (1990), *Sociology of Postmodernism*. Routledge.

Lash, Scott and Friedman, Jonathan (eds) (1992), *Modernity and Identity*. Oxford: Blackwell.

Lash, Scott and Urry, John (1987), *The End of Organized Capitalism*. Cambridge: Polity.

Lash, Scott and Urry, John (1994), *Economies of Signs and Space*. Sage.

Lasswell, Harold D. (1934), 'The Vocation of Propagandists', in Harold D.

Lasswell, *On Political Sociology*. Chicago: University of Chicago Press, 1977.

Lasswell, Harold D. (1941), *Democracy through Public Opinion*. Menasha, WI: George Banta (the Eleusis of Chi Omega, vol. 43, no. 1, Part 2).

Lawson, Hilary (1989), Narrator and Director, *Cooking the Books*. Channel 4 television programme in *Dispatches* series. Broadcast 26 April (first shown autumn 1988).

Leadbeater, Charles (1999), *Living on Thin Air: The New Economy*. Viking.

Leavis, Frank Raymond (1948), *The Great Tradition*. Harmondsworth: Penguin, 1977.

Lebergott, Stanley (1993), *Pursuing Happiness: American Consumers in the 20th Century*. Princeton, NJ: Princeton University Press.

Leigh, D. (1980), *The Frontiers of Secrecy: Closed Government in Britain*. Junction Books.

Leigh, D. and Lashmar, P. (1985), 'The Blacklist in Room 105', *Observer*, 15 August, p. 9.

Levitas, Ruth (1996), 'The Legacy of Rayner', in Levitas, Ruth and Guy, Will, pp. 7–25.

Levitas, Ruth and Guy, Will (1996), *Interpreting Official Statistics*. Routledge.

Lewis, D. A. and Martyn, J. (1986), 'An Appraisal of National Information Policy in the United Kingdom', *Astib Proceedings*, 19(1) autumn: 23–33.

Libicki, Martin (1995) *What is Information Warfare!* ACIS Paper 3, Washington, DC: National Defense University.

Library and Information Commission (1997), *New Library: The People's Network*. Library and Information Commission.

Library Association (1983), *Code of Professional Conduct*. Library Association.

Liebowitz, Nathan (1985), *Daniel Bell and the Agony of Modern Liberalism*. Westport, CT: Greenwood.

Lipietz, Alain (1986), 'New Tendencies in the International Division of Labour: Regimes of Accumulation and Modes of Regulation', in Scott, Alien J. and Storper, Michael (eds), pp. 16–40.

Lipietz, Alain (1987), *Mirages and Miracles: The Crises of Global Fordism*. Verso.

Lipietz, Alain (1993), *Towards a New Economic Order; Postfordism, Ecology and Democracy*. Cambridge: Polity.

Lippmann, Walter (1922), *Public Opinion*. Alien and Unwin.

Lipset, Seymour Martin (1981), 'Whatever Happened to the Proletariat? An Historic Mission Unfulfilled', *Encounter*, (56) June: 18–34.

London, Louise (2000), *Whitehall and the Jews, 1933–1948: British Immigration Policy and the Holocaust*. Cambridge: Cambridge University Press.

Lynd, Robert S. and Hanson, A. C. (1933), 'The People as Consumers', *President's Research Committee on Social Trends: Recent Social Trends in the United States*. McGraw-Hill, pp. 857–911.

Lyon, David (1988), *The Information Society: Issues and Illusions*. Cambridge: Polity.

Lyon, David (1994), *The Electronic Eye*. Cambridge: Polity.

Lyon, David (2001), *Surveillance Society: Monitoring Everyday Life*. Buckingham: Open University Press.

Lyotard, Jean-François (1979), *The Postmodern Condition: A Report on Knowledge*. Translated by Geoff Bennington and Brian Massumi. Manchester: Manchester University Press, 1984.

Lyotard, Jean-François (1988), *The Differend: Phases in Dispute*. Manchester: Manchester University Press.

Lyotard, Jean-François (1993), *Political Writings*. Translated by Bill Readings and Kevin Paul Geiman. UCL Press.

Maasoumi, Esfandias (1987), 'Information Theory', in Eatwell, John *et al.* (eds), pp. 846–51.

McAllister, Matthew P. (1996), *The Commercialization of American Culture: New Advertising, Control and Democracy*. Thousand Oaks, CA: Sage.

MacCabe, Colin and Stewart, Olivia (eds) (1986), *The BBC and Public Service Broadcasting*. Manchester: Manchester University Press.

MacCannell, Dean (1976), *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*. New York: Schocken.

Macey, David (1993), *The Lives of Michel Foucault*. Vintage, 1994.

McGregor, A. and Sproull, A. (1992), 'Employers and the Flexible Workforce', *Employment Gazette*, May: 225–34.

McGuigan, Jim (2000), 'British Identity and «The People's Princess»', *Sociological Review*, 48 (1) February: 1–18.

Machlup, Fritz (1962), *The Production and Distribution of Knowledge in the United States*. Princeton, NJ: Princeton University Press.

Machlup, Fritz (1980), *Knowledge: Its Creation, Distribution, and Economic Significance: Vol. 1: Knowledge and Knowledge Production*. Princeton, NJ: Princeton University Press.

- Machlup, Fritz (1984), *Knowledge: Its Creation, Distribution, and Economic Significance: Vol. III: The Economics of Information and Human Capital*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Machlup, Fritz and Mansfield, Una (eds) (1983), *The Study of Information*. New York: Wiley.
- McKendrick, N., Brewer, J. and Plumb, J. H. (1982), *The Birth of a Consumer Society: The Commercialization of Eighteenth-Century England*. Hutchinson.
- MacKenzie, Donald A. (1990), *Inventing Accuracy: A Historical Sociology of Nuclear Missile Guidance*. Cambridge, MA: MIT Press.
- McPhail, T. (1987), *Electronic Colonialism*, 2nd edition. Beverly Hills, CA: Sage.
- McQuail, Denis (1987), *Mass Communication Theory: An Introduction*, 2nd edition. Sage.
- McRobbie, Angela (1991), 'New Times in Cultural Studies', *New Formations*, (13) spring: 1–18.
- Madge, Tim (1989), *Beyond the BBC: Broadcasters and the Public in the 1980s*. Macmillan.
- Madison, James (1953), *The Complete Madison: His Basic Writings*. Millwood, NY: Kraus Reprint.
- Mallet, Serge (1975), *The New Working Class*. Nottingham: Spokesman.
- Marchand, Roland (1985), *Advertising the American Dream: Making Way for Modernity, 1920–1940*. Berkeley, CA: University of California Press.
- Marshall, T. H. (1973), *Class, Citizenship and Social Development*. Westport, CT: Greenwood.
- Martin, Bernice (1992), 'Symbolic Knowledge and Market Forces at the Frontiers of Postmodernism: Qualitative Market Researchers (Britain)', in Kellner, Hans and Berger, Peter L. (eds), pp. 111–56.
- Martin, James (1978), *The Wired Society*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Marwick, Arthur (1982), *British Society since 1945*. Harmondsworth: Penguin.
- Marx, Gary T. (1988), *Undercover: Police Surveillance in America*. Berkeley, CA: University of California Press.
- Massey, Doreen (1991), 'Flexible Sexism', *Environment and Planning D: Society and Space*, 9: 31–57.
- Massiter, Cathy (1985), 'The Spymasters who Broke their Own Rules', *Guardian*, 1 March, p. 13.
- Mattelart, Armand (1979), *Multinational Corporations and the Control of Culture: The Ideological Apparatuses of Imperialism*. Brighton: Harvester.
- Mattelart, Armand (1991), *Advertising International: The Privatisation of Public Space*. Translated by Michael Chanan. Comedia.
- Mayhew, Henry (1971), *The Unknown Mayhew: Selections from the Morning Chronicle, 1849–50*. Edited by E. P. Thompson and Eileen Yeo.
- Merlin, Melody, William H. (1987), 'Information: An Emerging Dimension of Institutional Analysis', *Journal of Economic Issues*, 21 (3) September: 1313–39.
- Melody, William H. (1991), 'Manufacturing in the Global Information Economy', *CIRCIT Newsletter*, 3 (1), February: 2.
- Meyer, S. (1981), *The Five Dollar Day: Labor Management and Social Control in the Ford Motor Company, 1908–1921*. Albany, NY: State University of New York Press.
- Meyrowitz, Joshua (1985), *No Sense of Place: The Impact of Electronic Media on Social Behavior*. New York: Oxford University Press.
- Michels, Robert ([1915] 1959), *Political Parties*. New York: Dover.
- Middlemas, Keith (1979), *Politics in Industrial Society: The Experience of the British System since 1911*. André Deutsch.
- Miles, Ian (1991), 'Measuring the Future: Statistics and the Information Age', *Futures*, 23 (9) November: 915–34.

- Miles, Ian *et al.* (1990), *Mapping and Measuring the Information Economy*. Boston Spa: British Library.
- Miliband, Ralph (1969), *The State in Capitalist Society*. Quartet, 1974.
- Miliband, Ralph (1985), 'The New Revisionism in Britain', *New Left Review*, (150) March-April: 5–26.
- Miliband, Ralph and Panitch, Leo (eds) (1992), *Socialist Register 1992*. Merlin.
- Miliband, Ralph and Saville, John (eds) (1974), *Socialist Register 1973*. Merlin.
- Ministry of Defence (1983), *The Protection of Military Information: Report of the Study Group on Censorship*, Cmnd 9122. HMSO.
- Ministry of Defence (1985), *The Protection of Military Information: Government Response to the Report of the Study Group on Censorship*, Cmnd 9499. HMSO.
- Monk, Peter (1989), *Technological Change in the Information Economy*. Pinter.
- Monopolies and Mergers Commission (1986), *British Telecommunications PLC and Mitel Corporation: A Report on the Proposed Merger*, Cmnd 9715. HMSO.
- Morgan, Kenneth O. (1990), *The People's Peace: British History, 1945–1989*. Oxford: Oxford University Press.
- Morris, Meaghan (1992), 'The Man in the Mirror: David Harvey's «Condition» of Postmodernity', *Theory, Culture and Society*, 9: 253–79.
- Morrison, David E. and Tumber, Howard (1988), *Journalists at War: The Dynamics of News Reporting during the Falklands Conflict*. Sage.
- Morton, Oliver (1995), 'Defence Technology: The Information Advantage', *The Economist*, 10 June.
- Mosco, Vincent (1982), *Pushbutton Fantasies: Critical Perspectives on Videotex and Information Technology*. Norwood, NJ: Ablex.
- Mosco, Vincent (1989), *The Pay-Per Society: Computers and Communications in the Information Age: Essays in Critical Theory and Public Policy*. Toronto: Garamond.
- Mosco, Vincent and Wasko, Janet (eds) (1984), *The Critical Communications Review, Vol. 2: Changing Patterns of Communications Control*. Norwood, NJ: Ablex.
- Mosco, Vincent and Wasko, Janet (eds) (1988), *The Political Economy of Information*. Madison, WI: University of Wisconsin Press.
- Moser, Sir Claus (1980), 'Statistics and Public Policy', *Journal of the Royal Statistical Society A*, 143 Part 1: 1–31.
- Mowlana, H., Gerbner, G. and Schiller, H. I. (eds) (1992), *Triumph of the Image: The Media's War in the Persian Gulf— A Global Perspective*. Boulder, CO: Westview.
- Muirhead, Bill (1987), 'The Case for Corporate Identity', *Observer*, 25 October.
- Mulgan, Geoff (1991), *Communication and Control: Networks and the New Economies of Communication*. Cambridge: Polity.
- Mulgan, Geoff (1998), *Cannexity: Responsibility, Freedom, Business and Power in the New Century*. Vintage.
- Munro, Neil (1991), *The Quick and the Dead: Electronic Combat and Modern Warfare*. New York: St Martin's Press.
- Murdock, Graham (1982), 'Large Corporations and the Control of the Communications Industries', in Gurevitch, Michael *et al.* (eds), pp. 118–50.
- Murdock, Graham (1990), 'Redrawing the Map of the Communications Industries: Concentration and Ownership in the Era of Privatization', in Ferguson, Marjorie (ed.), pp. 1–15.
- Murdock, Graham and Golding, Peter (1974), 'For a Political Economy of Mass Communications', in Miliband, Ralph and Saville, John (eds), pp. 205–34.
- Murdock, Graham and Golding, Peter (1977), 'Capitalism, Communication and Class Relations', in Curran, James *et al.* (eds), pp. 12–43.
- Murray, Robin (ed.) (1981), *Multinationals Beyond the Market: Infra-Firm Trade and the Control of Transfer Pricing*. Brighton: Harvester.
- Murray, Robin (1985), 'Benetton Britain: The New Economic Order', *Marxism Today*, November: 28–32.

- Naisbitt, John (1984), *Megatrends: Ten New Directions Transforming our Lives*. Futura.
- Negroponte, N. (1995), *Being Digital*. Hodder and Stoughton. 'New Times' (1988), *Marxism Today*, October: 3–33.
- Newby, Howard (1977), *The Deferential Worker: A Study of Farm Workers in East Anglia*. Harmondsworth: Penguin, 1979.
- Newby, Howard (1985), *Green and Pleasant Land? Social Change in Rural England*, 2nd edition. Wildwood House.
- Newby, Howard (1987), *Country Life: A Social History of Rural England*. Weidenfeld.
- Newman, Karin (1986), *The Selling of British Telecom*. Holt, Rinehart and Winston.
- Nguyen, G. D. (1985), 'Telecommunications: A Challenge to the Old Order', in Margaret Sharpe (ed.) *Europe and the New Technologies*. Pinter, pp. 87–133.
- Noam, Eli (1992), *Telecommunications in Europe*. Oxford: Oxford University Press.
- Noble, David F. (1977), *America by Design: Science, Technology and the Rise of Corporate Capitalism*. New York: Knopf.
- Noble, David F. (1984), *Forces of Production: A Social History of Industrial Automation*. New York: Knopf.
- Nordenstreng, Kaarle (1984), *The Mass Media Declaration of UNESCO*. Norwood, NJ: Ablex.
- Nordenstreng, Kaarle and Varis, Tapio (1974), *Television Traffic: A One-Way Street?* Reports and Papers on Mass Communication, no. 70. Paris: UNESCO.
- Norris, Christopher (1990), *What's Wrong with Postmodernism: Critical Theory and the Ends of Philosophy*. Hemel Hempstead: Harvester Wheatsheaf.
- Norris, Christopher (1992), *Uncritical Theory: Postmodernism, Intellectuals and the Gulf War*. Lawrence and Wishart.
- OECD (1991), *Universal Service and Rate Restructuring in Telecommunications*. ICCP series, no. 23. Paris: OECD.
- Oettinger, Anthony G. (1980), 'Information Resources: Knowledge and Power in the 21st Century', *Science*, 209, 4 July: 191–8.
- Oettinger, Anthony G. (1990), *Whence and Whither Intelligence, Command and Control? The Certainty of Uncertainty*. Cambridge, MA: Program on Information Resources Policy, Harvard University.
- Office of Arts and Libraries (1988), *Financing our Library Services: Four Subjects for Debate: A Consultative Paper*, Cm 324. HMSO.
- Office of Technology Assessment (1988), *Informing the Nation: Federal Information Dissemination in an Electronic Age*. Washington, DC: US Congress.
- Ohmae, Kenichi (1993), 'The Rise of the Regional State', *Foreign Affairs*, 72 (2) spring: 78–87.
- O'Neill, John (1986), 'The Disciplinary Society: From Weber to Foucault', *British Journal of Sociology*, 37 (1) March: 42–60.
- Pantry, Sheila (1997), 'Whither the Information Profession? Challenges and Opportunities. The Cultivation of Information Professionals for the New Millennium', *Aslib Proceedings*, 49 (6) June: 170–2.
- Paulu, Burton (1981), *Television and Radio in the United Kingdom*. Macmillan.
- Perm, Roger (1990), *Class, Power and Technology: Skilled Workers in Britain and America*. Cambridge: Polity.
- Perkin, Harold (1989), *The Rise of Professional Society: Britain since 1880*. Routledge, 1990.
- Phillips, Melanie (1988), 'Hello to a Harsh Age of Cold Economies, Farewell New Society', *Guardian*, 26 February.
- Phillips, Melanie (1989), 'Standing Up to be Counted', *Guardian*, 8 December.
- Phillips, Melanie (1990), 'Statistics and the Poverty of Integrity', *Guardian*, 27 July.
- Phillips, Melanie (1991), 'Private Lies and Public Servants', *Guardian*, 9 January, p. 21.

- Phillips, Melanie (1993), 'The Lost Generation', *Observer*, 17 October, p. 23.
- Phillips, Melanie (1996), *All Must Have Prizes*. Little, Brown.
- Pick, Daniel (1993), *War Machine: The Rationalisation of Slaughter in the Modern Age*. New Haven, CT: Yale University Press.
- Pilger, John (1991a), 'Video Nasties', *New Statesman and Society*, 25 January, pp. 6–7.
- Pilger, John (1991b), 'Information is Power', *New Statesman and Society*, 15 November, pp. 10–11.
- Pilger, John (1992), *Distant Voices*. Vintage.
- Pilkington, Sir Harry (1962), *Report of the Committee on Broadcasting*, HMSO.
- Piore, Michael and Sabel, Charles (1984), *The Second Industrial Divide*. New York: Basic Books.
- Pollard, Sidney (1983), *The Development of the British Economy, 1914–1980*, 3rd edition. Edward Arnold.
- Pollert, Anna (1988), 'Dismantling Flexibility', *Capital and Class*, (34) spring: 42–75.
- Pollert, Anna (ed.) (1990), *Farewell to Flexibility*. Oxford: Blackwell.
- Ponting, Clive (1999), *The Pimlico History of the Twentieth Century*. Chatto and Windus.
- Pope, Daniel (1983), *The Making of Modern Advertising*. New York: Basic Books.
- Porat, Marc Uri (1977a), *The Information Economy: Definition and Measurement*. OT Special Publication 77–12 (1). Washington, DC: US Department of Commerce, Office of Telecommunications (contains executive summary and major findings of the study).
- Porat, Marc Uri (1977b), *The Information Economy: Sources and Methods for Measuring the Primary Information Sector (Detailed Industry Reports)*. OT Special Publication 77–12 (2). Washington, DC: US Department of Commerce, Office of Telecommunications.
- Porat, Marc Uri (1978), 'Communication Policy in an Information Society', in Robinson, G. O. (ed.), pp. 3–60.
- Porter, Henry (1999), 'For the Media, War Goes On', *Observer*, 4 July, p. 16.
- Poster, Mark (1990), *The Mode of Information: Poststructuralism and Social Context*. Cambridge: Polity.
- Poster, Mark (1994), 'The Mode of Information and Postmodernity', in Crowley, David and Mitchell, David (eds) *Communication Theory Today*. Cambridge: Polity, pp. 173–192.
- Poster, Mark (2001), *Citizens, Global Media and Globalization*. University of Athens, 10–12 May (mimeo).
- Postman, Neil (1986), *Amusing Ourselves to Death: Public Discourse in the Age of Show Business*. Heinemann.
- Potter, David (1954), *People of Plenty: Economic Abundance and the American Character*. Chicago: University of Chicago Press.
- Potter, Dennis (1994), *Seeing the Blossom: Two Interviews and a Lecture*. Faber and Faber.
- Preston, Paschal (2001), *Reshaping Communications: Technology, Information and Social Change*. Sage.
- Preston, W., Herman, E. S. and Schiller, H. I. (eds) (1989), *Hope and Folly: The United States and UNESCO*. Minneapolis, MN: University of Minnesota Press.
- Privy Council Office (1981), *Government Statistical Services*, Cmnd 8236. HMSO.
- Pusey, Michael (1987), *Jürgen Habermas*. Chichester: Ellis Horwood.
- Raphael, Adam (1990), 'What Price Democracy?', *Observer* (colour supplement), 14 October, pp. 7–47.
- Rawnsley, Andrew (2000), *Servants of the People: The Inside Story of New Labour*. Harmondsworth: Penguin.
- Rayner, Sir Derek (1981), *Sir Derek Rayner's Report to the Prime Minister*. Central Statistical Office.

- Reich, Robert B. (1991), *The Work of Nations: Preparing Ourselves for 21st Century Capitalism*, New York: Vintage.
- Reich, Robert B. (2001), *The Future of Success*. Heinemann.
- Reith, J. C. W. (Lord) (1949), *Into the Wind*. Hodder and Stoughton.
- Rheingold, Howard (1993), *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier*. New York: HarperCollins.
- Richards, Thomas (1993), *The Imperial Archive: Knowledge and the Fantasy of Empire*. Verso.
- Richelson, Jeffrey T. and Ball, Desmond (1986), *The Ties that Bind: Intelligence Cooperation between the U.K./U.S.A. Countries*. Alien and Unwin.
- Richlin, G.I. (1997), *Trapped in the Net: The Unanticipated Consequences of Computerization*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Rieff, David (1991), Los Angeles: *Capital of the Third World*. Phoenix.
- Rieff, David (1995), *Slaughterhouse: Bosnia and the Failure of the West*. Vintage.
- Robertson, Geoffrey (1999), *Crimes against Humanity: The Struggle for Global Justice*. Harmondsworth: Penguin.
- Robertson, Roland (1992), *Globalization: Social Theory and Global Culture*. Sage.
- Robins, Kevin (1991a), 'Prisoners of the City: Whatever Could a Postmodern City Be?', *New Formations*, (15) December: 1–22.
- Robins, Kevin (1991b), 'Tradition and Translation: National Culture in its Global Context', in Corner, John and Harvey, Sylvia (eds), pp. 21–44, 236–41.
- Robins, Kevin (ed.) (1992), *Understanding Information: Business, Technology and Geography*. Belhaven.
- Robins, Kevin and Webster, Frank (1989), *The Technical Fix: Education, Computers and Industry*. Macmillan.
- Robins, Kevin and Webster, Frank (1999), *Times of the Technoculture: From the Information Society to the Virtual Life*. Routledge.
- Robinson, G. O. (ed.) (1978), *Communications for Tomorrow*. New York: Praeger.
- Rochlin, Gene I. (1997), *Trapped in the Net: The Unanticipated Consequences of Computerization*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Ross, George (1974), 'The Second Coming of Daniel Bell', in Miliband, Ralph and Saville, John (eds), pp. 331–48.
- Rozzak, Theodore (1986), *The Cult of Information: The Folklore of Computers and the True Art of Thinking*. Cambridge: Lutterworth.
- Rule, James B. (1973), *Private Lives and Public Surveillance*. Alien Lane.
- Rustin, Mike (1990), 'The Politics of Post-Fordism: The Trouble with «New Times»', *New Left Review*, (175) May-June: 54–77.
- Sabel, Charles F. (1982), *Work and Politics: The Division of Labor in Industry*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Said, Edward W. (1984), *The World, the Text, and the Critic*. Vintage.
- Saunders, Peter (1990), *A Nation of Home Owners*. Unwin Hyman.
- Sayer, Andrew and Walker, Richard (1992), *The New Social Economy: Reworking the Division of Labor*. Cambridge, MA: Blackwell.
- Scannell, Paddy (1989), 'Public Service Broadcasting and Modern Public Life', *Media, Culture and Society*, 11: 135–66.
- Scannell, Paddy and Cardiff, David (1991), *A Social History of British Broadcasting, Vol. 1, 1922–1939: Serving the Nation*. Oxford: Blackwell.
- Schement, Jorge R. and Lievrouw, Leah (eds) (1987), *Competing Visions, Complex Realities: Aspects of the Information Society*. Norwood, NJ: Ablex.
- Schiller, Anita R. and Schiller, Herbert I. (1982), 'Who Can Own What America Knows?', *The Nation*, 17 April: 461–3.
- Schiller, Anita R. and Schiller, Herbert I. (1986), 'Commercializing Information', *The Nation*, 4 October: 306–9.

- Schiller, Anita R. and Schiller, Herbert I. (1988), 'Libraries, Public Access to Information and Commerce', in Mosco, Vincent and Wasko, Janet (eds), pp. 146–66.
- Schiller, Dan (1982), *Telematics and Government*. Norwood, NJ: Ablex.
- Schiller, Dan (1999), *Digital Capitalism: Networking the Global Market System*, Cambridge, MA: MIT Press.
- Schiller, Herbert I. (1969), *Mass Communications and American Empire*. New York: Augustus M. Kelley.
- Schiller, Herbert I. (1973), *The Mind Managers*. Boston, MA: Beacon.
- Schiller, Herbert I. (1976), *Communication and Cultural Domination*. New York: International Arts and Sciences Press.
- Schiller, Herbert I. (1981), *Who Knows: Information in the Age of the Fortune 500*. Norwood, NJ: Ablex.
- Schiller, Herbert I. (1983a), 'The Communications Revolution: Who Benefits?', *Media Development*, (4): 18–20.
- Schiller, Herbert I. (1983h), 'The World Crisis and the New Information Technologies', *Columbia Journal of World Business*, 18 (1) spring: 86–90.
- Schiller, Herbert I. (1984a), *Information and the Crisis Economy*. Norwood, NJ: Ablex.
- Schiller, Herbert I. (1984h), 'New Information Technologies and Old Objectives', *Science and Public Policy*, December: 382–3.
- Schiller, Herbert I. (1985a), 'Beneficiaries and Victims of the Information Age: The Systematic Diminution of the Public's Supply of Meaningful Information', *Papers in Comparative Studies*, 4: 185–92.
- Schiller, Herbert I. (1985b), 'Breaking the West's Media Monopoly', *The Nation*, 21 September: 248–51.
- Schiller, Herbert I. (1985c), 'Information: A Shrinking Resource', *The Nation*, 28 December 1985/4 January 1986: 708–10.
- Schiller, Herbert I. (1987), 'Old Foundations for a New (Information) Age', in Schement, Jorge R. and Lievrouw, Leah (eds), pp. 23–31.
- Schiller, Herbert I. (1988), 'Information: Important Issue for «88»', *The Nation*, 4–11 July, p. 1, 6.
- Schiller, Herbert I. (1989a), *Culture, Inc.: The Corporate Takeover of Public Expression*. New York: Oxford University Press.
- Schiller, Herbert I. (1989b), 'Communication in the Age of the Fortune 500: An Interview with Herbert Schiller', *Afterimage*, November.
- Schiller, Herbert I. (1990a), 'Democratic Illusions: An Interview with Herbert Schiller', *Multinational Monitor*, 11 (6) June: 19–22.
- Schiller, Herbert I. (1990b), 'An Interview with Herbert Schiller', *Comnotes*, Department of Communication, University of California, San Diego, 4 (2) winter: 1–5.
- Schiller, Herbert I. (1991a), 'Public Information Goes Corporate', *Library Journal*, 1 October, pp. 42–5.
- Schiller, Herbert I. (1991b), 'My Graduate Education [1946–1948], Sponsored by the U.S. Military Government of Germany', in Hickethier, Knut and Zielinski, Siegfried (eds), pp. 23–9.
- Schiller, Herbert I. (1992), 'The Context of our Work', *Société Française des Sciences de l'Information et de la Communication*. Huitième Congrès National, Lille, 21 May, pp. 1–6.
- Schiller, Herbert I. (1993), 'Public Way or Private Road?', *The Nation*, 12 July: 64–6.
- Schiller, Herbert I. (1996), *Information Inequality: The Deepening Social Crisis in America*. New York: Routledge.
- Schiller, Herbert I. (2000), *Living in the Number One Country: Reflections from a Critic of American Empire*. New York: Seven Stories Press.
- Schiller, Herbert I. et al. (1992), *The Ideology of International Communications*. New York: Institute for Media Analysis.

- Schlesinger, Philip (1987), *Putting 'Reality' Together: BBC News*, 2nd edition. Methuen.
- Schlesinger, Philip (1991), *Media, State and Nation: Political Violence and Collective Identities*. Sage.
- Schonfield, Andrew (1969), 'Thinking about the Future', *Encounter*, 32 (2): 15–26.
- Schudson, Michael (1984), *Advertising, The Uneasy Persuasion: Its Dubious Impact on American Society*. New York: Basic Books.
- Schudson, Michael (1991), 'National News Culture and the Rise of the Informational Citizen', in Wolfe, Alan (ed.), pp. 265–82.
- Schudson, Michael (1992), 'Was there Ever a Public Sphere?', in Calhoun, Craig (ed.).
- Scott, Alien J. and Storper, Michael (eds) (1986), *Production, Work, Territory: The Geographical Anatomy of Industrial Capitalism*. Boston, MA: Alien and Unwin.
- Scott, John (1982), *The Upper Classes*. Macmillan.
- Scott, John (1985), *Corporations, Classes and Capitalism*, 2nd edition. Hutchinson.
- Scott, John (1986), *Capitalist Property and Financial Power*. Brighton: Wheatsheaf.
- Scott, John (1991), *Who Rules Britain!* Cambridge: Polity.
- Scott, John (1996), *Stratification and Power: Structures of Class, Status and Command*. Cambridge: Polity.
- Scott, John (1997), *Corporate Business and Capitalist Classes*. Oxford: Oxford University Press.
- Scott, Peter (1995), *The Meanings of Mass Higher Education*. Buckingham: Open University Press.
- Seabrook, Jeremy (1982a), *Unemployment*. Quartet.
- Seabrook, Jeremy (1982b), *Working-Class Childhood*. Gollancz.
- Seaton, Anthony (1994), *Tourism: The State of the Art*. Wiley.
- Secretary of State for Defence (1996), *Statement of the Defence Estimates*, Cm 3223. The Stationery Office.
- Selbourne, D. (1993), *The Spirit of the Age*. Sinclair-Stevenson.
- Seltzer, Kimberley and Bentley, Tom (1999), *The Creative Age: Knowledge and Skills for the New Economy*. Demos.
- Sennett, Richard (1970), *The Uses of Disorder: Personal Identity and City Life*. Alien Lane.
- Sennett, Richard (1998), *The Corrosion of Character: The Personal Consequences of Work in the New Capitalism*. New York: Norton.
- Servan-Schreiber, Jean-Jacques (1968), *The American Challenge*. New York: Atheneum.
- Shaiken, Harley (1985), *Work Transformed: Automation and Labor in the Computer Age*. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Shannon, Claude and Weaver, Warren (1949), *The Mathematical Theory of Communication*. Urbana, IL: University of Illinois Press, 1964.
- Sharpe, Richard (n.d., c. 1990), *The Computer World: Lifting the Lid off the Computer Industry*. TV Choice/Kingston College of Further Education.
- Shaw, Roy (1990), 'An Adjunct to the Advertising Business?', *Political Quarterly*, 61 (4) October–November: 375–80.
- Shils, Edward (1975), *Center and Periphery: Essays in Macrosociology*. Chicago: University of Chicago Press.
- Sinclair, John (1987), *Images Incorporated: Advertising as Industry and Ideology*. Groom Helm.
- Singelmann, J. (1978a), 'The Sector Transformation of the Labor Force in Seven Industrialized Countries, 1920–1970', *American Journal of Sociology*, 93 (5): 1224–34.
- Singelmann, J. (1978b), *From Agriculture to Services: The Transformation of Industrial Employment*. Beverly Hills, CA: Sage.
- Sklair, Leslie (1990), *Sociology of the Global System*. Hemel Hempstead: Harvester Wheatsheaf.

- Sklair, Leslie (2001), *The Transnational Capitalist Class*. Oxford: Blackwell.
- Slevin, James (2000), *The Internet and Society*. Cambridge: Polity.
- Sloan, Alfred P. (1963), *My Years with General Motors*. Pan, 1965.
- Slouka, Mark (1995), *The War of the Worlds: The Assault on Reality*. Abacus.
- Smart, Barry (1992), *Modern Conditions, Postmodern Controversies*. Routledge.
- Smith, Anthony (1973), *The Shadow in the Cave: A Study of the Relationship between the Broadcaster, his Audience and the State*. Quartet, 1976.
- Smith, Anthony (ed.) (1974), *British Broadcasting*. Newton Abbott: David and Charles.
- Smith, Anthony (ed.) (1979), *Television and Political Life: Studies in Six European Countries*. Macmillan.
- Smith, Anthony (1980), *The Geopolitics of Information: How Western Culture Dominates the World*. Faber and Faber.
- Smith, Anthony (1986), *The Ethnic Origins of Nations*. Oxford: Blackwell.
- Smith, Roger B. (1989), 'A CEO's Perspective of his Public Relations Staff', in Cantor, Bill, pp. 18–32.
- Smythe, Dallas W. (1981), *Dependency Road: Communications, Capitalism, Consciousness, and Canada*. Norwood, NJ: Ablex.
- Social Trends* (1992), 22. HMSO.
- Soros, George (1998), *The Crisis of Global Capitalism: Open Society Endangered*. Little, Brown.
- Stehr, Nico (1994), *Knowledge Societies*. Sage.
- Steinfels, Peter (1979), *The Neoconservatives*. New York: Simon and Schuster.
- Stigler, George J. (1961), 'The Economics of Information', *Journal of Political Economy*, 69 (3) June: 213–25.
- Stix, Gary (1995), 'Fighting Future Wars', *Scientific American*, December: 74.
- Stonier, Tom (1983), *The Wealth of Information: A Profile of the Post-Industrial Economy*. Thames Methuen.
- Stonier, Tom (1990), *Information and the Internal Structure of the Universe: An Exploration into Information Physics*. Springer-Verlag.
- Swingewood, A. (1977), *The Myth of Mass Culture*. Macmillan.
- Talbott, Stephen L. (1995), *The Future Does Not Compute: Transcending the Machines in our Midst*. Sebastopol, CA: O'Reilly and Associates.
- Taylor, A. J. P. (1965), *English History, 1914–45*. Oxford: Oxford University Press.
- Taylor, F. W. (1947), *Scientific Management*. New York: Harper.
- Taylor, Keith (ed.) (1976) *Henri Saint-Simon, 1760–1825: Selected Writings on Science, Industry, and Social Organization*. Groom Helm.
- Tedlow, Richard S. (1979), *Keeping the Corporate Image: Public Relations and Business, 1900–1950*. Greenwich, CT: Jai Press.
- Terkel, Studs (1977), *Working: People Talk about What They Do All Day and How They Feel about What They Do*. Harmondsworth: Penguin, Peregrine.
- Thompson, Edward P. (1978), *The Poverty of Theory and Other Essays*. Merlin.
- Thompson, Edward P. (1980), *Writing by Candlelight*. Merlin.
- Thompson, John B. (1993), 'The Theory of the Public Sphere', *Theory, Culture and Society*, 10: 173–89.
- Thorn-EMI (1980), *Annual Report*. Thom-EMI.
- Thurow, Lester (1996), *The Future of Capitalism*. Nicholas Brealey.
- Toffler, Alvin (1980), *The Third Wave*. Collins.
- Toffler, Alvin (1990), *Powershift: Knowledge, Wealth, and Violence at the Edge of the 21st Century*. New York: Bantam.
- Toffler, Alvin and Toffler, Heidi (1993), *War and Anti-War*. Boston, MA: Little, Brown.
- Tomlinson, J. (1991), *Cultural Imperialism: A Critical Introduction*. Pinter.
- Touraine, Alain (1971), *The Post-Industrial Society: Tomorrow's Social History; Classes, Conflicts and Culture in the Programmed Society*. New York: Wildwood House.

- Tracey, Michael (1978), *The Production of Political Television*. Routledge.
- Tracey, Michael (1983), *A Variety of Lives: A Biography of Sir Hugh Greene*. Bodley Head.
- Tracey, Michael (1998), *The Decline and Fall of Public Service Broadcasting*. New York: Oxford University Press.
- Trachtenberg, Alan (1982), *The Incorporation of America: Culture and Society in the Gilded Age*. New York: Hill and Wang.
- Tumber, Howard (1993a), '«Selling Scandal»: Business and the Media', *Media, Culture and Society*, 15: 345–61.
- Tumber, Howard (1993b), 'Taming the Truth', *British Journalism Review*, 4 (1): 37–41.
- Tunstall, Jeremy (1977), *The Media are American: Anglo-American Media in the World*. Constable.
- Turner, Stansfield (1991), 'Intelligence for a New World Order', *Foreign Affairs*, 70 (4) fall: 150–66.
- Turner, Stuart (1987), *Practical Sponsorship*. Kogan Page.
- Twitchell, J. B. (1992), *Carnival Culture: The Trashing of Taste in America*. New York: Columbia University Press.
- Urry, John (1990), *The Tourist Gaze: Leisure and Travel in Contemporary Societies*. Sage.
- Urry, John (2000), *Sociology beyond Societies: Mobilities for the Twenty-first Century*. Routledge.
- Useem, Michael (1984), *The Inner Circk: Large Corporations and the Rise of Business Political Activity in the U.S. and U.K.* New York: Oxford University Press.
- Useem, Michael (1985), 'The Rise of the Political Manager', *Sloan Management Review*, 27 (fall): 15–26.
- Usherwood, Bob (1989), *Public Libraries as Public Knowledge*. Library Association.
- Vanderbilt, T. (1998), *The Sneaker Book: Anatomy of an Industry and an Icon*. New York: New Press.
- Varis, Tapio (1986), *International Flow of Television Programmes*. Reports and Papers on Mass Communication, no. 100. Paris: UNESCO.
- Vattimo, Gianni (1989), *The Transparent Society*. Translated by David Webb. Cambridge: Polity, 1992.
- Venturi, Robert (1972), *Learning from Las Vegas*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Walsh, K. (1992), *The Representation of the Past: Museums and Heritage in the Post-Modern World*. Routledge.
- Waters, Malcolm (1996), *Daniel Bell*. Routledge.
- Weber, Max (1930), *The Protestant Ethic, and the Spirit of Capitalism*. Translated by Talcott Parsons. Alien and Unwin, 1976.
- Webster, Frank (1995), *Theories of the Information Society*, 1st edition. Routledge.
- Webster, Frank (2000), 'Virtual Culture: Knowledge, Identity and Choice', in John Bryson *et al.* (eds) *Knowledge, Space, Economy*. Routledge, pp. 226–41.
- Webster, Frank and Robins, Kevin (1986), *Information Technology: A Luddite Analysis*. Norwood, NJ: Ablex.
- Weizenbaum, Joseph (1976), *Computer Power and Human Reason: From Judgement to Calculation*. Harmondsworth: Penguin, 1984.
- Wernick, Andrew (1991), *Promotional Culture: Advertising, Ideology and Symbolic Expression*. Sage.
- West, William J. (1992), *The Strange Rise of Semi-Literate England: The Dissolution of the Libraries*. Duckworth.
- Westergaard, John and Resler, Henrietta (1975), *Class in a Capitalist Society: A Study of Contemporary Britain*. Heinemann.
- Whitaker, Reg (1992), 'Security and Intelligence in the Post-Cold War World', in Miliband, Ralph and Panitch, Leo (eds), pp. 111–30.

- Whitehead, Alfred North (1925), *Science and the Modern World*. New York: Mentor, 1964.
- Williams, Raymond (1961), *The Long Revolution*. Harmondsworth: Penguin.
- Williams, Raymond (1974), *Television: Technology and Cultural Form*. Fontana.
- Williams, Raymond (1980), 'Advertising: The Magic System', in Raymond Williams, *Problems in Materialism and Culture*. Verso, pp. 170–95.
- Wilson, David M. (1989), *The British Museum: Purpose and Politics*. British Museum.
- Wilson, Kevin (1988), *Technologies of Control: The New Interactive Media for the Home*. Madison, WI: University of Wisconsin Press.
- Wolfe, Alan (ed.) (1991), *America at Century's End*. Berkeley, CA: University of California Press.
- Woolgar, Steve (1985), 'Why Not a Sociology of Machines? The Case of Sociology and Artificial Intelligence', *Sociology*, 19 (4) November: 557–72.
- Woolgar, Steve (1988), *Science: The Very Idea*. Chichester: Ellis Horwood.
- Worsley, Peter (1984), *The Three Worlds of Development: Culture and World Development*. Weidenfeld and Nicolson.
- Young, Hugo (1989), *One of Us: A Biography of Margaret Thatcher*. Macmillan.
- Young, Hugo (1991), 'Nothing but an Illusion of Truth', *Guardian*, 5 February.
- Zolo, Danilo (1997), *Cosmopolis: Prospects for World Government*. Translated by David McKie. Cambridge: Polity.
- Zuboff, Shoshana (1988), *In the Age of the Smart Machine: The Future of Work and Power*. Oxford: Heinemann.

Содержание

1. ВВЕДЕНИЕ	5
2. ИДЕЯ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА.....	13
Определения общества	13
Что такое информация?	34
Теоретическое знание	37
Резюме	41
3. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЩЕСТВО КАК ПОСТИНДУСТРИАЛИЗМ: Дэниел Белл	43
Неоэволюционизм	47
Отдельные сферы	49
Постиндустриальное общество	51
Роль информации	55
Интеллектуальный консерватизм	58
Постиндустриальное общество услуг?	62
Услуги и производство	68
Теоретическое знание	72
Резюме	79
4. ИНФОРМАЦИЯ, РЕСТРУКТУРИЗАЦИЯ И ГЛОБАЛИЗАЦИЯ	81
Теория школы регулирования	85
Фордистский режим накопления (1945–1973).....	87
Глобализация	92
Закат фордизма?	99
Постфордизм	102
Теория Роберта Райха	110
Проблемы постфордизма	113
Гибкая специализация	119
Web-отношения	124
Резюме	128
5. ИНФОРМАЦИОНАЛЬНЫЙ КАПИТАЛИЗМ: Мануэль Кастельс	130
Непрерывность или изменения?	133
Сетевое общество	135
Сетевое предпринимательство	137
Культурные последствия информационного капитализма	140
Пространство потоков	143
Вневременное время	144
Власть идентичности	145
Новые формы стратификации	147
Упадок рабочего класса	149

Меритократия?	153
Критический анализ	154
Информациональный труд в историческом развитии	155
Устойчивость класса собственников	157
Истоки информационного капитализма	159
Смена эпох	161
Резюме	164
6. ИНФОРМАЦИЯ И РАЗВИТЫЙ КАПИТАЛИЗМ:	
Герберт Шиллер	165
Политическая экономия	168
Основные аргументы	171
Транснациональная империя	173
Рыночные критерии	182
Классовое неравенство	196
Корпоративный капитализм	201
Потребительский капитализм	207
Возражения критическим теоретикам	210
Резюме	216
7. УПРАВЛЕНИЕ ИНФОРМАЦИЕЙ И МАНИПУЛЯТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ: Юрген Хабермас и концепция публичной сферы	217
Сфера публичной информации	219
Публичная сфера и изменения в области информации	226
Общественная информация	228
Управление с помощью информации	257
Возражения	269
8. ИНФОРМАЦИЯ, РЕФЛЕКСИЯ И ОТСЛЕЖИВАНИЕ:	
Энтони Гидденс	275
Теоретическое наследие	276
Организация, наблюдение и контроль	277
Парадоксы современного общества	281
Национальное государство, насилие и слежка	285
От индустриального образа ведения войны к информационному способу	291
Отслеживание и национальная оборона	296
Режимы прав человека	298
Системы слежения и права гражданина	301
Риски, связанные со слежкой	303
Слежка со стороны корпораций	306
Заключение	308
9. ИНФОРМАЦИЯ, ПОСТМОДЕРНИЗМ И ПОСТСОВРЕМЕННОСТЬ	310
Постмодернизм	312
Постмодернизм как интеллектуальное течение	314

Постмодернизм как социальное явление	318
Постмодернизм и информация	331
Жан Бодрийяр	333
Джанни Ваттимо	341
Марк Постер	343
Жан-Франсуа Лиотар	344
Критические комментарии	350
Постсовременное общество	355
Резюме	359
10. СУЩЕСТВУЕТ ЛИ ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЩЕСТВО?	360
Литература	374

Научное издание

Уэбстер Фрэнк

ТЕОРИИ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА

Ведущий редактор Л. Н. Шипова

Корректор Л. В. Доценко

Художник Д. А. Сенчагов

Компьютерная верстка С. А. Артемьевой

Подписано к печати 22.03.2004. Формат 60×90 ¹/₁₆.
Гарнитура Таймс. Печать офсетная. Усл. печ. л. 25.
Тираж 5000 экз. Заказ № 2647.

ЗАО Издательство «Аспект Пресс»

111141, Москва, Зеленый проспект, д. 8

E-mail: info@aspectpress.ru; www.aspectpress.ru.

Тел. 306-78-01, 306-83-71

Отпечатано в полном соответствии с качеством предоставленных
диапозитивов в ОАО «Можайский полиграфический комбинат»
143200, Можайск, ул. Мира, 93.